

NORD ISÈRE économie

fév. 2014 N°85



 CCI NORD ISÈRE

16^{ème} cérémonie de remise
des Trophées Nord Isère

Thabor

● Une Usine Berjallienne qui livre
4000 bijoutiers professionnels en Europe



Plaqué Or



Argent 925



Usine



Acier Femme



Acier Homme



Montres



Personnalisation



Alliances



Magasin

● Un magasin unique de vente directe
aux particuliers.

Du Lundi au Vendredi
9h à 12h - 13h30 à 19h
Non stop le Samedi

Bourgoin-Jallieu
Avenue Barbusse
Tél. : 04 74 93 59 92

Sommaire

8-12



Création d'entreprise

- MadMoiZèle
- B.Mesure

Reprise transmission d'entreprise

- Imprimerie Courand

13



Commerçant de l'année

- Valluis Goujon

14



Commerçant non-sédentaire

- Dominique Larrieu

15



Forain de l'année

- Retro Loisirs

16



"Mon achat crée mon emploi"

- Un amour de chaussures

17



Concept touristique de l'année

- La bicyclette fleurie

18



Développement et stratégie commerciale France

- Fiquet

20



Export

- ARDES

21



Innovation technologique

- Henphy

22



Démarche innovante

- Décomatic

23



Développement Durable QSE

- Biocoop Breg Osio

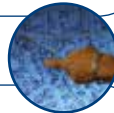
24



Prix spécial

- EGC

25



Formation en alternance

- GrDF

26



Formation continue

- Celette France

27



Multimodalité

- Trédi Groupe Séché Environnement

28



Trophée d'honneur

- Michel Robert

29



LIVRAISON MARS 2014

GREEN PARK

BOURGOIN-JALLIEU

- Entrée de ville
- Immeuble certifié BBC
- 3 927 m²
- A PARTIR DE 60 m²
- 270 places de parking



☎ 04 74 433 433 ✉ nord-isere@cbre.fr



Après 40 années passées à la CCI Nord Isère, Jean-Marie Wenger, Directeur Général, a fait valoir ses droits à la retraite. Il est remplacé depuis le 1^{er} Janvier 2014 par Virginie Novotny, précédemment Directeur Général Adjoint.



Partageant le même objectif de valorisation du port de Vienne-Sud Salaise/Sablons et d'essor du trafic fluvial, la CCI Nord Isère et la CCI de Lyon ont engagé une démarche de coopération pour valoriser les équipements et installations portuaires et accroître le volume de fret fluvial en lien avec le territoire.



Le Président de la CCI Nord Isère a reçu les partenaires économiques et les chefs d'entreprise à l'occasion du Marché aux vins d'Ampuis, autour d'une dégustation et de l'invité d'honneur Philippe Nicolas, Directeur Régional de la DIRECCTE.



La CCI Nord Isère et la CAPI, ont formalisé leur collaboration par une convention pour le développement économique territorial. Elles mettront en commun leurs compétences, afin de répondre aux demandes des entreprises.



A l'occasion des 140 ans de TEVAR à Porcieu-Amblagnieu, le Président de la CCI Nord Isère a visité les locaux de l'entreprise, fabricante de machines et outils destinés à la taille de pierre et au démantèlement nucléaire.



De nombreux visiteurs sont venus s'informer sur l'offre de formation de la CCI Nord Isère lors de la Journée portes ouvertes du 25 janvier : BTS en alternance, Bac +3, Bachelor EGC Nord Isère.



Rendez-vous désormais incontournable, la cérémonie de remise des Trophées Nord Isère honore celles et ceux, qui participent à l'économie du territoire par leur savoir-faire, leur sens de l'initiative, leur envie et leur volonté d'entreprendre. Alliant fierté et convivialité, cet événement est l'occasion de mettre en lumière les réussites économiques de l'année. Il s'agit pour la CCI Nord Isère de récompenser les entreprises du territoire qui dans leurs disciplines respectives se sont particulièrement illustrées. La cérémonie des Trophées est un moment fort où la ténacité, l'innovation, la prise de risque sont valorisées. Cette soirée est l'occasion de mettre sous les feux des projecteurs des démarches exemplaires, des profils d'entreprises que la CCI accompagne toute l'année dans une approche de développement. Elle est le reflet de la dynamique économique locale.

Cette année pas moins de 16 entreprises sont récompensées, sous les yeux bienveillants de notre parrain Michel Robert, cavalier international originaire du Nord Isère, médaillé Olympique et mondial. Après un parcours étincelant sur les pistes de saut d'obstacles, il vient de mettre un terme à sa carrière de sportif de haut niveau. En 45 ans de carrière, Michel Robert a consacré sa carrière de cavalier à la compétition et à l'enseignement. Egalement chef d'entreprise aguerri, avec le commerce de chevaux, il partage son expérience du monde de l'entreprise, des grandes compétitions et son travail aux côtés des chevaux.

Le Nord Isère est un territoire d'enjeux, riche du dynamisme de ses 17 500 entreprises et de sa situation exceptionnelle. La cérémonie des Trophées est l'occasion pour la CCI de montrer son soutien aux entreprises, de valoriser les plus méritantes, mais surtout de mettre en lumière la volonté des hommes et des femmes qui entreprennent sur notre territoire. Mais l'investissement de la CCI Nord Isère, en matière d'accompagnement, de valorisation du savoir-faire et de représentations des entreprises, va bien au-delà de cette cérémonie.

Je félicite tous les lauréats de cette 16^{ème} édition pour leur succès et vous donne d'ores et déjà rendez-vous pour les prochains grands rendez-vous de la CCI Nord Isère : le 20 février pour la Journée de la performance commerciale, les 4, 5 et 6 juin pour FUTURALLIA à Eurexpo Lyon et le 18 juin pour les 10 ans de la Journée de l'Innovation.

Le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie Nord Isère.

Merci à nos partenaires Trophées Nord Isère :



Nord Isère économie n°85

**Chambre de Commerce et
d'Industrie Nord Isère**

2 place Saint-Pierre CS 50209
38217 Vienne cedex

5 rue Condorcet - CS 20312

38 093 Villefontaine Cedex

Téléphone : 04 74 95 24 00

Télécopie : 04 74 95 24 01

www.ccinordisere.fr

Twitter : @ccinordisere.fr

Directeur de la publication :

Daniel Paraire

Coordination et réalisation :

Pascale Besch,

Alexandra Crès

Rédaction :

Christian Bayle, Séverine

Bernard, Pascale Besch,

Christian Bolla, Laurence

Bouvéry, Sandrine Buathier,

Katy Casaliggi, Angélique

Contamin, Fabien-Gil Dei-

Ciechi, Sylvia Emanuele,

Angélique Grenier, Lysiane

François, Didier Gerin, Yasmina

Gentil, Mohamed Hassen,

Aurélien Huot-Marchand,

Adélaïde Larcher, Alain Ilegeais,

Olivier Loridon, Geneviève

Magnin, Anne-Laure Meunier,

Laurence Muron, Karine Myotte,

Virginie Novotny, Julien Ravello,

Odile Ribièrre, Philippe Perichon,

Sonia Richard, Aurélie Violay.

Impression :

Manufacture d'histoires

deux-ponts, Bresson.

Routage :

Routage Rhône-Alpes, Brignais.

Tirage :

18 050 exemplaires.

Numéro 85

Régie publicitaire :

ALFA CONSEIL

Tél : 04 50 24 08 54

N° commission paritaire :

1010 B 07585.

ISSN : 1162-6178.

Ce magazine est édité par un
imprimeur labellisé Imprim'Vert



Agenda

2014, Au cœur de la performance...

20 fev.

Journée de la
Performance
Commerciale

8 avril

Journée de la
Performance par
les Ressources
Humaines

22 mai

Journée de la
Performance
Durable des
Entreprises

du 4 au
6 juin

Futurallia

18 juin

Journée de
l'Innovation

Février - Mars - Avril - Mai 2014

- **Ecole de Gestion et de Commerce Nord Isère** : Journées Portes Ouvertes, 22 février et 19 mars, CCI, Villefontaine. Concours : 19 mars, 5 avril.
- **Nuit de l'orientation** : 27 février.
- **AFRICALLIA** : du 26 au 28 février, Ouagadougou, Burkina Faso.
- **Remise des labels BEE** : 26 février, à la Tour-du-Pin.
- **Permanence INPI** : 13 mars, CCI, Villefontaine.
- **La sécurisation des moyens de paiement** : 25 mars, CCI, Villefontaine.
- **27^{ème} édition des Rencontres Interrégionales de la Sous-Traitance du Sud-Est, et des Rencontres Industrielles des Services et de la Fourniture** : du 25 au 27 mars, Parc des expositions de Valence.
- **Point Info Experts** : 14 février, 14 mars, 11 avril, 23 mai à Bourgoin-Jallieu, 4 mars, 8 avril et 13 mai à Morestel, 21 février, 7 et 21 mars, 4 et 18 avril, 2 et 16 mai à la Tour-du-Pin.
- **Rendez-Vous Experts** : 20 février, 13 et 27 mars, 3 et 24 avril, 15 et 22 mai, CCI, Villefontaine, 3 mars, 7 avril, 12 mai CCI, Vienne.
- **Comités d'appui à la transmission** : 20 février, 27 mars, 24 avril et 22 mai, CCI, Villefontaine, 3 mars, 7 avril et 12 mai, CCI, Vienne.
- **Permanences RSI** : 18 mars, 20 mai à La Tour-du-Pin, 1^{er} avril, CCI, Villefontaine (commun avec la CCI et la CMA).
- **Les dates de la formation continue** : CREDOC, 20 février ; Les bonnes pratiques d'hygiène en restauration, 18 et 19 février ; Comptabilité générale, 24, 31 mars, 12, 23 mai, 2, 16, 23, 30 juin ; Les fondamentaux de la gestion, 27 février, 6, 27 mars, 03, 10, 24 avril ; Développez votre potentiel commercial, 14, 15, 28, 29 avril, 19, 20 mai, 2, 3 juin ; Gérer les objections clients, 25, 26 mars ; Les techniques du commerce international, 20, 27 mars, 3, 10 avril ; Managers, réussissez votre prise de fonction, 17, 18, 24 mars ; Managers, animez vos équipes, 5, 6, 28 mai ; Le temps, mode d'emploi, 24 avril, 15 mai ; Organiser & fiabiliser la paie, 11, 15, 18 avril ; Gestion de production : 20, 21 mars, 3, 4 avril.
- **Forum Franco-marocain** : 20 et 21 mai 2014 à Casablanca.

Journées Portes Ouvertes des entreprises du Nord Isère :

Pensez à vous inscrire pour ouvrir vos portes !

Retrouvez toutes les dates et tous les contacts sur
www.ccinordisere.fr
ou au 04 74 95 24 00

► **création
reprise d'entreprise** ► **développement de
l'entreprise**

www.citroencinordisere.fr

LES OFFRES
QUI TOMBENT
À PIC

CITROËN
BERLINGO VU
HDi

A PARTIR DE
109 € HT/MOIS (1)
APRÈS UN 1^{er} LOYER DE 1 700 € HT
SOUS COUVERTURE DE RÉPONSE

ENTRETIEN
& ASSISTANCE
PENDANT 3 ANS INCLUS (2)

CREATIVE TECHNOLOGIE

CITROËN

ETS J.B. PELLET
7 RUE CAMILLE CLAUDEL
CS 32007
38307 BOURGOIN JALLIEU CEDEX
04 74 28 75 75

PELLET NORD ISÈRE
1128 ROUTE D'ARGENT
38510 MORESTEL
04 74 88 08 11

CRUIZILLE AUTO
2 AVENUE BENOIT FRACHON
38090 VILLEFONTAINE
04 74 96 52 30

PELLET AUTOMOBILES
RN75 - LE CHARMAY
38490 CHARANCIEU
04 76 32 27 27

Modèle présenté : Citroën Berlingo 20 17 140 75 80M Club avec garantie Citroën durée maximale 5 ans, 100 000 km et Contrat d'Entretien et d'Assistance Citroën complet (105 € HT/mois après un 1^{er} loyer de 1 700 €). (1) Exemple pour la location longue durée d'un Citroën Berlingo 20 17 140 75 80M Club complet, sur 36 mois au 100 000 km, garantie Citroën Contrat d'Entretien et d'Assistance Citroën 36 mois (105 € HT) (2) 125 € HT par mois incluant : 1^{er} loyer de 1 700 € HT, 1^{er} loyer de 1 700 € HT, 1^{er} loyer de 1 700 € HT. Coût total de la location : 36 mois (105 € HT) (3) 125 € HT. (3) 125 € HT non cumulable, assurance aux professionnels, deux sinistres, toutes les garanties nationales, location d'une Prime Véhicule pour la reprise d'un véhicule de plus de 10 ans déclaré à la vente (soit 1 000 € HT) ou Citroën Berlingo valable jusqu'en 31/12/15, pour la location longue durée du véhicule présenté (soit 105 € HT/mois). Sous le contrat Citroën participatif, en sous-traitance d'acquisition par CITROËN/Citroën Business Finance - Location : CITROËN, SA au capital de 109 300 000 € - RCS Nanterre 431 421 951 - 52, avenue André-Mallarmé, 93300 La Courneuve. (2) Conditions générales de location d'entreprise et d'assistance Citroën disponibles chez les concessionnaires Citroën.

Certains pensent
qu'il n'y a qu'au cinéma
qu'on peut faire appel à un spécialiste...



SS2i
SITE INTERNET
COMMUNICATION



04 74 99 19 19
www.ss2i.com
info@ss2i.com

Site Internet
Boutique en ligne
Logo
Identité visuelle
Plaquette
Catalogue





©Zed Photographie



Adresse : 18 Chemin du Capot - Le Bois - 38110 Cessieu
Contact : Sandrine Martinez
Activité : Conseil en communication Marketing
Tél. : 06 82 69 94 46 - 09 63 40 04 45
E-mail : smartinez@madmoizele.fr

MadMoiZèle Communication à la carte

Installée à Cessieu, l'agence conseil MadMoiZèle créée en 2009 par Sandrine Martinez se porte bien. Elle propose des prestations de communication "à la carte" et "tout terrain" et se développe grâce à l'expérience et l'énergie de sa fondatrice.

Il lui a fallu beaucoup d'audace et de courage pour créer son agence en période de crise économique. Mais Sandrine Martinez comptait sur ses compétences et son ambition toute neuve pour voler de ses propres ailes ! Après 15 années d'expérience dans des entreprises d'envergure internationale (notamment 10 années à la direction du service communication marketing d'un centre d'essais cliniques dédié aux marques cosmétiques et pharmaceutiques), elle a décidé de créer sa propre agence conseil en communication marketing. **"Mon offre répond à une vraie demande**", commente Sandrine Martinez. Plus que jamais en période de crise, les acteurs économiques doivent asseoir leur image et leur notoriété, se distinguer pour résister et pour se développer. Je souhaite leur faire bénéficier de mon expérience en entreprise".

Une large palette de prestations

De formation Master Pro en communication d'entreprise à l'ICM d'Echirolles et passionnée par le graphisme, la jeune femme avait envie de quitter l'annonceur pour proposer ses services à une variété de clients. "C'est aussi l'intérêt de ce métier, passer d'un univers à l'autre, rencontrer des dirigeants d'horizons divers et répondre à toutes sortes de problématiques". MadMoiZèle accompagne aujourd'hui de nombreuses entreprises, collectivités et associations locales. Elle compte parmi ses clients une

base de loisirs, une résidence services seniors, une plateforme d'accompagnement à la création d'entreprise, des associations de commerçants, un créateur de bagages de luxe ou encore un fabricant de semelles à base de lait hévéa...

"Consultante, je me présente comme un Dircom à la demande", explique Sandrine Martinez. Son agence accompagne ses clients dans leurs projets de communication les plus variés, ponctuels ou récurrents, stratégiques ou opérationnels. Ses prestations portent sur le conseil, la réalisation de plan de communication, la rédaction et la création graphique print ou web. Sandrine Martinez s'est entourée de partenaires locaux pour des productions spécifiques.

De précieux soutiens



Lors de sa création d'entreprise, elle a bénéficié d'un accompagnement. "J'ai eu la chance de rencontrer rapidement les bons interlocuteurs à la CCI Nord Isère, qui m'ont apporté tous les conseils nécessaires au démarrage, et encore aujourd'hui pour le développement et la pérennité de mon activité", observe la

jeune femme. Installée dans un nouveau bureau avec une jolie vue sur la campagne, Sandrine Martinez se déplace beaucoup chez ses clients, et ne compte pas ses heures. **"Je m'investis totalement dans mes projets, visant la satisfaction client à chaque mission"**, précise-t-elle. La croissance de MadMoiZèle (136 700 euros de CA en 2012 et 157 000 en 2013) atteste de sa bonne santé. En 2014, elle projette d'optimiser encore davantage la gestion de son temps. "On ne décroche jamais vraiment, c'est le lot du chef d'entreprise..." Mais elle en accepte aussi tous les bénéfices et ne regrette nullement une telle aventure !



mon Transisère

Gardez le fil avec votre ligne

Toutes les infos sur les perturbations en temps réel par mail ou SMS (météo, travaux...)

Inscription gratuite sur www.transisere.fr



www.transisere.fr
0 820 08 38 38 (0,118 € / minute)

Transisère
CONSEIL GÉNÉRAL

NISSAN NAVARA KING-CAB 2.5 dCi 144 ch XE

À PARTIR DE

17 990 € HT⁽¹⁾



Innovation
that excites



- Capacité de remorquage jusqu'à 3 tonnes
- 450 Nm de couple
- Système de navigation avec caméra de recul couleur⁽²⁾
- Système mains-libres Bluetooth
- Pas de malus écologique applicable⁽³⁾



N°Cristal 09 69 32 14 15

Pour plus d'informations, rendez-vous sur nissan-offres.fr

Innovier Autrement. (1) Prix du Nissan NAVARA King-Cab 2.5 dCi 144 ch XE, déduction faite d'une remise de 3 543 € HT (prolongation jusqu'au 31/05/2014 de l'offre de remise valable initialement jusqu'au 31/12/2013); Offre valable pour toute commande d'un Nissan NAVARA King-Cab 2.5 dCi 144 ch XE neuf du 01/01/2014 au 31/05/2014, réservée aux professionnels (hors loueurs, administrations, clients sous protocoles nationaux ou régionaux) et non cumulable avec d'autres offres en cours, chez les Concessionnaires Nissan participants. Modèle présenté : Nissan NAVARA King-Cab 2.5L dCi 190 ch LE avec option peinture métallisée : 25 581 € HT déduction faite d'une remise de 3 543 € HT. (2) Selon version. (3) Fiscalité véhicules utilitaires. (4) Limitées à 100 000 km. NISSAN WEST EUROPE SAS au capital de 5 610 475 € - RCS Versailles n° B 699 809 174 - Parc d'Affaires du Val Saint-Quentin - 2, rue René Caudron - CS 10213 78961 Voisins-le-Bretonneux Cedex.



NISSAN
BOURGOIN JALLIEU

25 Rue de la Bourbre
RUY MONTCEAU - 04 74 43 56 30





Adresse : 81 Chemin des Platieres - 38670 Chasse-sur-Rhône
Contact : Julien Braun
Activité : Métrologie
Tél. : 04 75 57 25 96
E-mail : c.merino@bmesure.com

B.Mesure

La création n'attend pas le nombre des années

A 28 ans, Julien Braun a créé à Chasse-sur-Rhône sa première entreprise : B.Mesure. Un pari gagné pour ce jeune entrepreneur enthousiaste qui en a déjà créé une seconde : B.Mesure Switzerland basée à Genève, en décembre 2012.

Originaire de la Vallée de l'Arve, formé dans le cadre d'un Bac pro en alternance, qui lui a permis de découvrir la fabrication d'instruments de contrôle dimensionnel, c'est naturellement que Julien Braun est tombé dans la métrologie.

Cap sur le million

Autodidacte, passionné par ce domaine, il développe - pour deux fabricants (suisse et allemand) - un réseau de distributeurs français et leur permet d'accroître leur chiffre d'affaires. Très vite, il constate que les distributeurs sont des généralistes qui vendent toutes sortes d'outils, et qui ne peuvent pas toujours répondre à des questions plus techniques posées par leurs clients.

En septembre 2009, il crée B.Mesure avec un positionnement qui le mène au succès : la distribution unique de matériel de métrologie (instruments et machines) à partir d'un catalogue élaboré grâce à son expertise, auprès des meilleurs fabricants mondiaux. Quatre ans après et avec quatre salariés, l'entreprise réalise un chiffre d'affaires de 912 000 euros (août 2013) dont 15% à l'export. Sur les quatre derniers mois de 2013, elle affiche 450 000 euros et espère 1,2 million en août 2014. En 2012 - en raison de la spécificité du marché de l'horlogerie et de la monnaie suisse - il crée une filiale dédiée, B.Mesure Switzerland qui réalise un chiffre d'affaires de 550 000 euros en 2013 et vise le million pour 2014.

Créer dans l'industrie : une folie !

Les résultats sont là, avec l'embauche de commerciaux en 2014. Une réussite qui tient aussi à la persévérance de ce jeune créateur et à sa volonté de croire en l'industrie. "Quand j'ai créé l'entreprise, raconte-t-il, on pensait que c'était un pari un peu fou... aussi bien les banquiers que les fournisseurs avec lesquels je travaille aujourd'hui ! Nous étions dans un contexte de ralentissement économique et la production industrielle était en baisse. Durant cette période, j'ai mené une démarche commerciale active en rencontrant de nombreux prospects. Aujourd'hui, nous sommes positionnés sur un marché très spécialisé avec des clients et des fournisseurs mondiaux et des perspectives de développement illimitées. **Notre compétence, c'est notre capacité à accompagner le client dans son projet et lui proposer des machines à forte valeur ajoutée qui répondent à des besoins très précis. Nous sommes les seuls à faire cela.**"

Le jeune patron revendique ainsi une totale indépendance vis-à-vis de ses fournisseurs pour le choix d'une machine. Et si elle ne figure pas sur leur catalogue, il se fait fort de la trouver auprès d'autres fabricants, par la pratique d'un sourcing maîtrisé.

Innover toujours

Julien Braun est un passionné insatiable. Aujourd'hui, il n'est plus dans la position du salarié qui voit la création d'entreprise comme une chose effrayante. Son prochain défi ? Fabriquer une partie des instruments qu'il revend. "Notre présence sur le marché international nous a conduit à trouver des solutions innovantes pour satisfaire nos clients. C'est une expérience qui forge l'esprit d'entrepreneuriat et je suis persuadé que l'on peut encore inventer et créer dans le secteur de l'industrie en France. Mon souhait serait de fabriquer des instruments qui fassent évoluer les technologies et les marchés de la métrologie et qui accompagnent son développement à l'export. Bien sûr cela nécessite de trouver d'importants financements, mais je suis jeune et j'ai envie de me donner tous les moyens d'y parvenir !"



Récemment implantée au péage du Rivet à Bourgoin Jallieu, cette entreprise est spécialisée dans l'isolation extérieure des bâtiments recouverts d'un parement.

De la lame de bois de différentes essences en passant par le panneau stratifié, le métal ou la pierre reconstituée, des équipes spécialisées apportent le plus grand soin à l'accompagnement et la mise en œuvre de projets de vêture.

Embellir une façade dans le plus grand respect des normes d'isolation et de sécurité des intervenants demeure la priorité de l'entreprise.

Comme le souligne David Chirpaz le dirigeant, "le conseil technique et l'accompagnement de la conception à la réalisation des façades représentent notre véritable culture d'entreprise".

Ceci requiert une grande connaissance des DTU, de leurs évolutions et des Avis Techniques de chaque fabricant de panneaux de bardage.



Depuis plusieurs mois, la société accompagne des bureaux d'études en recherche et développement pour la mise au point de nouveaux bardages alliant matériaux HQE et techniques de poses novatrices.

Pour ces fabricants, s'appuyer sur l'expérience de Vêtur & Co est un atout majeur dans l'aboutissement de leurs produits et surtout d'intégrer dans leur process une structure de référence sur la région.

Déjà présent chez de grands donneurs d'ordres nationaux et locaux, Vêtur & Co a apporté ses compétences sur des chantiers de hautes qualités environnementales, de bâtiments tertiaires, industriels ou de logements, tels que les collèges de l'Isle d'Abeau, de Communay, l'école de Belley, le club Méditerranée, les Hôpitaux d'Annemasse, de Neuville et bien d'autres en Rhône Alpes.

Cette implantation en Nord Isère, stratégique au développement de la société, accompagne l'arrivée d'une machine de découpe dédiée à la préparation des chantiers et à leur qualité de réalisation.

Membre de la Fédération Française du Bâtiment Vêtur & Co vient de renouveler avec succès sa certification Qualibat.

publireportage



2 Impasse de l'Echangeur
38300 Bourgoin Jallieu

04 74 93 93 08



Adresse : 82 route de crémiu - 38230 Tigneu Jameyzieu
Contact : Rémi Courand
Activité : Imprimerie de labeur effet et numérique
Tél. : 04 72 46 94 77
E-mail : Remi.Courand@imprimerie-ica.com

Imprimerie Courand BAT (Bon A Transmettre)

Imprimerie familiale créée au début du XX^{ème} siècle, l'Imprimerie Courand & Associés (ICA) vient de réussir sa troisième transmission familiale. Un bel exemple qui place la pérennité de l'entreprise et le respect des hommes qui la composent au centre des enjeux. Et où l'on constate que les clés du succès ne doivent rien au hasard.

Le travail comme valeur cardinale

Pour Rémi Courand, actuel président de l'entreprise et dernier repreneur familial, trois raisons viennent expliquer la réussite de la transmission, **"et la plus importante d'entre elles réside certainement dans les valeurs humaines très fortes que nous partageons tous"**. En effet, dans cette imprimerie de labeur industriel, la valeur travail n'est pas un vain mot. Au fil des années, chaque collaborateur s'est ainsi approprié affectivement l'outil de production et chacun s'investit à son niveau pour en assurer le développement. Deuxième explication de la réussite, la reconnaissance du travail et du savoir-faire de chacun qui ne laisse pas de place au passe-droit. **"J'ai gagné ma légitimité en intégrant l'entreprise comme n'importe quel collaborateur"**, témoigne Rémi Courand.

Bien qu'ils soient de la même famille, le cédant a en effet su mettre de côté les liens affectifs partagés avec le repreneur et rester impartial. L'actuel dirigeant est entré chez ICA après un début de carrière à l'international dans de grandes entreprises industrielles. Intégrant un service opérationnel à son retour, il a peu à peu élargi ses responsabilités. Avec du travail et de l'implication, il a montré

ses qualités de manager et conquis sa légitimité auprès des salariés et des actionnaires historiques. Actionnaires qui ont d'ailleurs eu une vision convergente et qui ont su éviter le piège d'une lutte interne contre-productive. "C'est le troisième facteur clé du succès" confirme Rémi Courand, "les egos de chacun se sont effacés derrière l'intérêt supérieur de l'entreprise". En témoigne leur associé de longue date, Dann Ramstein "c'est un réel plaisir humain et professionnel d'avoir été l'associé de Jean-René Courand, et d'être à ce jour l'associé de Rémi".

Des relations humaines fortes

Les conditions sont donc réunies pour poursuivre une aventure débutée en 1939, quand le grand-père de Rémi Courand rachetait l'imprimerie (3 salariés) à son oncle. Transmise une seconde fois en 1979, le dirigeant de l'époque, Jean-René Courand, a su négocier une première rupture technologique. **"Mon père a conduit le passage de la typo en lettres de plomb à l'impression offset"** raconte Rémi Courand. De nouvelles fonctions apparaissent : photocomposition, photogravure, avènement de l'informatique... La croissance est alors régulière puisque ICA compte jusqu'à 50 employés à la fin des années 1990. Puis le contexte économique plus tendu et le développement des supports dématérialisés impactent l'activité. Un plan de redressement est mis en place en 2008. En reprenant l'affaire en 2012, l'actuel dirigeant, décide alors de capitaliser sur ses fondamentaux : innovation technologique et travail des hommes. La direction investit et met en place un ERP (logiciel de pilotage des ressources), multiplie les projets de certifications (ISO, PEFC, FSC...), développe les compétences et savoir-faire. Aujourd'hui, avec un système informatique qui optimise la gestion des flux d'informations, la croissance est de retour et l'entreprise, qui tourne en 3x8, réembauche. "La rentabilité est convenable et les perspectives sont bonnes", rassure le jeune dirigeant. Les salariés, qui font un peu partie de la famille, ne peuvent que s'en réjouir.



Adresse : 18, cours Romestang - 38200 Vienne
 Contact : Bernard Goujon
 Activité : Magasin de rideaux et linge de maison
 Tél. : 04 74 85 19 94
 E-mail : valgouvien@orange.fr



Valluis Goujon Il optimise toutes les vitrines !

I n'est pas homme à ronchonner ou à se plaindre, mais un acteur économique qui agit et saisit toutes les opportunités d'évolution... tout en restant fidèle à sa tradition de qualité de produits. Valluis Goujon est un commerce indépendant avisé et ouvert sur le monde.

Cette année, la boutique viennoise de linge de maison Valluis Goujon s'est associée à de nombreuses opérations visant à dynamiser le commerce, notamment de proximité. Rejoignant le dispositif "démarche qualité du Pays Viennois", Bernard Goujon a été accompagné pour faire un audit sur le merchandising de son point de vente.

Profitant des conseils de spécialistes et d'échanges avec les autres commerçants engagés, il a revu l'agencement de sa boutique. Cette démarche, pilotée par la CCI Nord-Isère, bénéficiait de la procédure FISAC (Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce).

Faire d'une obligation une opportunité

Suite à l'audit et devant les obligations légales, il a ensuite engagé des travaux sur l'accessibilité destinée aux personnes à mobilité réduite. **"Sur le coup je n'étais pas très heureux de devoir faire cette dépense mais finalement je ne la regrette pas"**, explique Bernard Goujon. D'une part sa clientèle l'a remarqué et apprécie, d'autre part il peut plus aisément décharger les marchandises grâce à cet accès plus direct.

Bernard Goujon a également participé à d'autres opérations, notamment la 10^{ème} édition des Journées Portes Ouvertes, l'opération "à deux pas" et la démarche "mon

achat crée mon emploi de la CCI Nord Isère". "Nous n'avons pas eu une affluence démultipliée lors des JPO mais il faut dire que chez nous, les portes sont ouvertes toute l'année !", sourit le gérant. En revanche, lors de l'animation "mon achat crée mon emploi", **"les clients ont remarqué nos efforts pour mettre en valeur les marques françaises et de qualité"**. Ces derniers temps, il note d'ailleurs une sensibilité plus forte des acheteurs au "Fabriqué en France", même si ce n'est pas le premier critère de choix. "Mais les gens s'intéressent davantage, ils posent des questions sur l'origine des produits, ils croient que tout vient de Chine !" Dans la boutique et sur le site internet, les marques sont valorisées :

Delorme, Jalla, Anne de solène, Blanc des Vosges, Drouault ou encore Brun de Vian-Tiran, le plus ancien fabricant français de couvertures en laine.

Se renouveler et investir

Farouchement attachée à son statut de commerce indépendant et à la défense du commerce de proximité, la boutique de 100 mètres carrés valorise les beaux

produits et la qualité artisanale de leur conception. **"Notre clientèle est exigeante, aucun détail ne lui échappe !"**, aime à rappeler Bernard Goujon. D'expérience, il sait aussi qu'il faut sans cesse se renouveler. Il change sa vitrine tous les 15 jours, voire toutes les semaines, mettant en scène le linge de maison et les textiles d'ameublement.

Créée en 1928, la boutique va être dirigée par la 4^{ème} génération, Isabelle Goujon prenant la suite de son père en avril prochain. C'est elle qui a piloté la mise en place du site internet. Marginal aujourd'hui en termes de volumes de vente, le web est pourtant incontournable. "Les clients se renseignent sur le site puis viennent chercher leurs achats en boutique, commente Isabelle Goujon. Nous avons aussi des commandes de clients éloignés. Le blog permet également de créer du lien et compte jusqu'à 800 visiteurs mensuels". Valluis Goujon vient ainsi de se doter de nouvelles vitrines !





Adresse : 519 route d'Arsey - 38440 Lieudieu
Contact : Dominique Larrieu
Activité : Vente de chaussettes, sous-vêtements, parapluies
Tél. : 04 74 59 92 59

Dominique Larrieu Une vie sur les marchés

Dominique Larrieu vend des articles de confection sur les marchés depuis des années. Le commerce ambulant, un métier difficile, surtout quand on défend une qualité de produits et une fabrication européenne. Mais la commerçante ne voudrait pas faire autre chose, attachée à son étal et à ses clients.

Le rituel est toujours le même et pourtant pas une journée ne se ressemble ! Dominique Larrieu se lève très tôt, quitte son domicile vers 6h30, se gare vers l'emplacement prévu de la place de marché et déballe sa marchandise. Toute la matinée, elle sert ses clients, gardant le sourire et du courage même quand les conditions météo sont difficiles. "Le vent et la pluie ne sont pas les bienvenus, ils risquent d'abîmer la marchandise", annonce la commerçante. "Mais dès que je reste 2 jours à la maison, je ne tiens plus en place et il faut que j'y retourne. C'est un métier que l'on a dans le sang !"

Des articles spécifiques

Voici des années que la commerçante ambulante tourne sur les marchés. Elle a repris l'affaire à son compte à la disparition de son mari, en 2001. Son plan de tournée est bien établi. Le dimanche à Morestel, le lundi à Saint-Jean de-Bournay, le mercredi à Voiron, le jeudi à Bourgoin-Jallieu et le samedi à Voiron.

En termes de produits, Dominique Larrieu vend des articles de confection, essentiellement des chaussettes. Homme, femme, enfant, elle propose toutes les tailles et toutes sortes de modèle, avec un seul impératif : la qualité. Elle propose aussi des sous-vêtements et des parapluies. *"Je m'approvisionne essentiellement auprès de mon fournisseur belge, qui lui-même dispose de produits confectionnés en Italie et au Portugal, explique-t-elle. Par les temps qui courent, il me*

semble important de valoriser sa marchandise. Si mes clients me sont fidèles, c'est qu'ils savent qu'ils ne seront pas déçus".

Elle a dans ses collections des produits assez spécifiques, par exemple des chaussettes qui favorisent la circulation sanguine ou d'autres sans couture, parfaites pour les pieds sensibles. "Les clients me font confiance, ils écoutent

mes conseils et c'est grâce à cette valeur ajoutée que mon commerce peut tenir", ajoute Dominique Larrieu. Evidemment, elle veille également à pratiquer des prix accessibles, consciente que l'argument prix reste évidemment un des premiers critères.



Une vie au grand air

Quant à la question de la "défense" d'une production européenne, elle sait aussi que c'est un point valorisant. "Je suis attachée à défendre la provenance des produits et ne manque pas de la souligner auprès de ma clientèle". C'est d'ailleurs toujours en gardant le sourire que Dominique Larrieu parle de son métier. Le contact clientèle est sa récompense, avec eux elle refait le monde ou parle tout simplement de la pluie et du beau temps !





Adresse : 1139 Route de Savoie Parc de loisirs Walibi - 38630 Les Avenieres
 Contact : Peter Hilt
 Activité : Manèges ambulant et organisation tous loisirs
 Tél. : 06 68 62 91 93
 E-mail : boumper@hotmail.fr

Retro Loisirs Un irremplaçable manège

Transmis par le clan familial, le carrousel de Peter Hilt a le succès qui résiste au temps et aux intempéries, à l'image de ses animaux en bois !

Depuis 27 ans, sur la Place de la République à Lyon, la famille Hilt installe tous les hivers son carrousel, pur manège traditionnel construit sur deux étages et dont les animaux sont toujours en bois.

Le succès de la tradition

Transmis par son oncle Michel au moment de sa retraite, Peter Hilt le fait tourner depuis 2006 tandis que son père continue à sillonner la France avec d'autres manèges. Ils sont quatre de la même famille - dont sa femme - à entretenir au quotidien ce repère forain et ludique du centre ville. Les figures n'ont pas bougé, ce sont toujours les mêmes, hormis la petite voiture récemment achetée et réclamée par les enfants. Malgré le développement des parcs d'attractions ou de manèges plus sophistiqués, celui-là résiste et attire toujours autant les familles. La présence d'une crèche et de plusieurs écoles aux alentours est favorable à une fréquentation continue tout au long de l'année. Il y a peu de distractions pour les enfants en ville et les systèmes d'abonnements proposés sont appréciés par les parents. **"Il est vrai, explique Peter Hilt, que les grands**

parcs sont en périphérie et que nous sommes les seuls dans l'hyper-centre, cela explique aussi notre succès. Mais on a beaucoup de fidèles avec plusieurs générations qui nous suivent. Des enfants qui venaient autrefois avec leurs parents amènent aujourd'hui les leurs. Il y en a même qui se souviennent de mon oncle Michel !"

De génération en génération

Quand on lui demande s'il aurait pu changer de métier, il s'étonne. Impossible, c'est sa vie ! Il est né à Perpignan, il a basé sa société dans l'Isère et se sent bien un peu partout, ayant beaucoup voyagé avec son père. Une vie qu'il n'a pas voulu imposer à sa famille. "Nous nous sommes sédentarisés pour trouver une certaine stabilité, pour que nos enfants puissent aller à l'école et aient d'autres choix de vie possibles. Je sais bien qu'ils ne pourront pas

travailler tous les trois sur le carrousel, mais j'ai l'espoir que l'un d'entre eux prenne la suite. Mon oncle n'avait pas d'enfant, il aurait pu le vendre mais il souhaitait que l'affaire reste dans la famille et sa joie était totale quand nous l'avons repris ! J'en suis très fier et espère que cette transmission continuera..."

S'il s'agit de perpétuer une tradition, il est aussi ques-

tion que le carrousel affronte les décennies à venir. Peter Hilt a installé tout autour une verrière pour le protéger du froid et de la dégradation. Tous les ans, il procède à la grande révision qui consiste notamment à repeindre tous les animaux. "Nous devons être vigilants, dit-il, car en France, il ne reste qu'un seul fabricant. La plupart d'entre eux sont localisés en Italie. De plus, la résine a remplacé le bois, ce qui rend moins authentiques tous ces animaux. Or c'est aussi une chose à laquelle nous tenons vraiment beaucoup".





Adresse : 80 rue de la République - 38300 Bourgoin-Jallieu
Contact : Carole Morel
Activité : Commerce de chaussures et accessoires
Tél. : 04 74 93 49 49
E-mail : un.amour.de.chaussures@orange.fr

Un amour de chaussures Un trésor bien développé

Carole Morel est une gérante passionnée. Elle en a fait la démonstration lors des dernières Journées Portes Ouvertes des entreprises de la CCI Nord Isère, saisissant l'opportunité de valoriser le commerce indépendant et le "fabriqué en France".

Animer une boutique de 130 mètres carrés, encombrée de dizaines de boîtes de chaussures, le défi n'était pas mince et pourtant Carole Morel l'a relevé avec brio. Cette commerçante berjallienne était très motivée à l'idée de faire découvrir à ses visiteurs toute la filière et leur faire partager son amour des chaussures.

Plus qu'une porte ouverte

Lors des Journées Portes Ouvertes organisées par la CCI Nord Isère à l'automne dernier (76 sites à visiter, 2500 participants), Carole Morel avait soigné son animation. "Je ne voulais

pas me contenter de faire visiter ma boutique, il me tenait à cœur d'apporter du contenu sur notre métier, de faire comprendre aux gens toute la complexité de la chaîne de distribution et les enjeux de notre secteur d'activité".

Carole Morel avait bien organisé l'événement, avec un diaporama de présentation. Elle avait aussi réussi à convaincre son principal fournisseur de marques françaises de participer à l'animation. Les échanges noués avec le grand public ont été riches. "Ils n'achèteront peut-être plus leurs chaussures de la même manière, en tout cas leur regard a sans doute évolué, se réjouit la

commerçante. Il est essentiel pour nous de sensibiliser les clients à l'importance de la qualité de confection et à l'origine des produits". Le grand public a répondu présent, rendant ainsi hommage aux efforts déployés par ce commerce de proximité indépendant.

Défendre le fabriqué en France

Un amour de chaussures est aussi inscrit dans la démarche "mon achat crée mon emploi" ; **une opération de la CCI Nord Isère visant à signaler les produits fabriqués, transformés ou assemblés en France, notamment dans les commerces.** "Environ 20% de nos modèles sont d'origine française et, en les valorisant, nous soutenons à notre niveau la confection nationale", témoigne Carole Morel.



Créée en 1998, l'enseigne multiplie les initiatives pour dynamiser le commerce. "Je travaille avec des marques authentiques, choisies pour leur qualité de travail, leur savoir faire, leur créativité, leurs différences, souligne la dirigeante. Plus qu'un point de vente, j'entends animer un univers fait d'esthétisme et d'élégance et j'adore partager cette passion avec mes clients. Pas à pas, c'est une relation sincère et de confiance qui s'instaure..."

Au printemps 2009 la boutique de Carole et celle de sa soeur se réunissent - 80 rue de la République à Bourgoin-Jallieu - pour donner naissance à Un Amour de Chaussures, unique,

plus grand, aménagé et décoré tout en respectant cette atmosphère conviviale et ce rapport privilégié qui font leur identité.

Rigueur, respect, qualité de travail et de produits sont les valeurs fondamentales qu'elles partagent avec leurs fournisseurs. "Il est important de s'entourer de bons professionnels pour fidéliser notre clientèle, et également d'œuvrer au développement de notre territoire, en participant à toutes les opérations qui nous permettent à nous, acteurs locaux, de défendre notre activité". Elles ne baissent pas les bras et avancent, d'un pas décidé, sur un chemin bien tracé.



Adresse : Hameau Moirieu - 38460 Villemoirieu
 Contact : Richard Kozik
 Activité : Chambres et tables d'hôtes
 Tél. : 04 74 90 06 55
 E-mail : contact@la-bicyclette-fleurie.fr

La Bicyclette fleurie Une belle feuille de route pour 2014 !

Leur établissement a été la première chambre d'hôtes en Isère à obtenir la certification européenne Ecolabel. Pour Nathalie et Richard Kozik, c'est la reconnaissance d'un véritable projet d'éco-tourisme qu'ils portent avec passion, tout en restant très ancrés dans la réalité économique.

Nathalie et Richard Kozik ont commencé l'année 2014 à 9000 kilomètres d'ici ! Ils sont en effet partis pour 4 semaines au Costa Rica. "Nous avons choisi cette destination car l'éco-tourisme y est très développé et nous voulions voir la réalité de ce modèle", raconte le gérant de la Bicyclette fleurie. Dans ce petit pays d'Amérique latine, le tourisme contribue à près de 10% du PIB, générant plus de revenus que l'ensemble des exportations de banane et de café. "C'est le résultat d'une politique portée par l'Etat depuis 30 ans, notamment sous l'impulsion de son Président Oscar Arias, qui a déclaré "la paix à la nature", poursuit Richard Kozik. Nous avons visité de nombreux établissements, nous mettrons sans doute quelques idées à profit, nous avons en tout cas retenu l'importance du travail en réseau et nous allons travailler en ce sens". Chambre et table d'hôtes, services associés (spa, massages...), la Bicyclette fleurie, située à Villemoirieu, accueille volontiers les entreprises qui représentent environ la moitié du chiffre d'affaires de l'établissement, et souhaite leur ouvrir encore plus grand sa porte.

Une démarche environnementale structurée

Dans ses actions marketing et de communication, l'obtention de l'éco-label lui servira de levier. Créé en 1992 et délivré par AFNOR Certification, c'est le seul label écologique officiel européen. La Bicyclette fleurie l'a obtenu en 2012, dans une démarche portée en partenariat avec la CCI Nord Isère, le cabinet Adonéo et l'ADEME.

"L'intégration d'une démarche environnementale globale à l'échelle de notre projet a été, en amont pour la construction, comme en aval en phase d'exploitation, une solution originale de maîtrise des coûts",

souligne Richard Kozik. En apposant ce label, cet établissement touristique affiche des engagements forts : faible consommation d'eau et d'énergie, faible production de déchets, utilisation de sources d'énergie renouvelables et de substances moins nocives pour l'environnement. "Je me méfie toujours des images véhiculées par le thème de l'écologie, or je tiens à souligner **le confort de notre établissement**, où il fait chaud et où l'électricité verte fonctionne et pas seulement les jours de grand vent ! Plus sérieusement, il est très intéressant de travailler à valoriser un positionnement d'établissement éco-touristique auprès d'une clientèle professionnelle. Nous ne sommes pas de doux rêveurs d'un monde meilleur, mais des acteurs économiques impliqués !".

Travailler les réseaux

Les dynamiques gérants ne manquent pas d'idées pour défendre leurs convictions tout en proposant une offre qualitative, par exemple proposer un séminaire avec un très faible impact environnemental. "Au Costa Rica, les établissements les plus performants sur le plan écologique sont aussi les plus haut-de-gamme, note le gérant. A nous de promouvoir nos actions, car elles ont du sens notamment le travail avec les fournisseurs et producteurs locaux. Nous devons aussi renforcer nos réseaux et trouver des synergies avec des partenaires, par exemple pour proposer des offres de séjour packagées. Notre implication locale et régionale nous permet de construire les bases d'un tourisme durable, beaucoup plus respectueux des populations et des territoires. A bicyclette, certes, mais nous avançons !".





Adresse : 400 route de Pact - 38270 Beaurepaire
Contact : Benoît Figuet
Activité : Usinage de pièces mécaniques de précisions
Tél. : 04 74 84 73 71
E-mail : figuet.sarl@wanadoo.fr



Figuet Les bons outils pour rebondir

Créée en 1976, l'entreprise Figuet illustre de belle manière les capacités industrielles du Nord-Isère. La société conçoit et usine des pièces métalliques sur mesure pour des machines spécifiques et complexes. Dans cette activité à forte technicité, l'entreprise a su investir pour rester compétitive et valoriser ses compétences.

"Dans nos ateliers, il y a un concentré de savoir-faire et d'expérience porté par l'ensemble des collaborateurs", commence Benoît Figuet, le dynamique gérant. Le contexte technique élevé et recouvrant de nombreux champs d'action, les combinaisons infinies mêlant matériau, taille, forme, fonction... toutes ces spécificités métiers requièrent un niveau de compétences qui ne s'acquiert pas en un jour, ni même sur les seuls bancs de l'école.

Un précieux logiciel

L'industrie en général, le secteur de l'énergie, du luxe, de la pharmacie ou encore les bureaux d'études qui fabriquent des machines particulières (chaînes de montage par exemple) commandent à la société Figuet les pièces métalliques nécessaires à leur propre activité. Fabriqués à l'unité ou en petite série, les modèles (qui peuvent mesurer jusqu'à 6 m) sont réalisés sur mesure, en suivant un cahier des charges précis, auquel s'ajoutent jusqu'à 500 plans de détails pour spécifier toutes les caractéristiques de l'ensemble. Les matières utilisées varient selon la fonction que remplira la pièce : métal, plastique, inox... Chez Figuet, chaque commande s'avère singulière, elle est donc complexe à deviser. "Nous manquons aussi de visibilité pour piloter notre activité et garantir notre marge", poursuit Benoît Figuet.

C'est pourquoi la direction a investi fin 2012 dans un logiciel de GPAO (Gestion de Production Assistée par Ordinateur). L'outil modélise les étapes récurrentes, mémorise et exploite l'historique afin de pouvoir automatiser la majeure partie du chiffrage. Par exemple, l'estimation des besoins en matières premières est calculée automatiquement et sans erreur en entrant les cotes et les volumes de la pièce à usiner. Pour une meilleure traçabilité, chaque pièce dispose d'un code-barre qui est scanné par les opérateurs à chaque opération.



Investir pour aller plus loin

Ainsi, la gestion est plus fine **"et nous connaissons sans erreur en fin de mission le delta entre le temps prévu et le temps réellement investi sur une pièce"**, se félicite le dirigeant. Le logiciel peut même être paramétré pour émettre une alerte si le volume horaire menace d'être dépassé. De surcroît, le logiciel de GPAO fait de l'ordonnancement au niveau de l'ensemble de l'atelier et optimise le process. Il a été déployé à tous les niveaux de l'entreprise et accompagné d'un plan de formation en interne. Dans le même élan, l'entreprise a investi dans un nouveau tour à commande numérique qui change d'outils automatiquement. C'est aussi un gain de temps et de productivité. **"On s'est rendu compte qu'il fallait investir pour rester performants et s'ouvrir à d'autres marchés"**, observe Benoît Figuet. Outre l'achat de logiciels, Figuet a également beaucoup travaillé sur ses atouts pour valoriser sa compétitivité sur des marchés très concurrentiels : l'écoute client, des conseils très pointus, des relations de proximité et une forte réactivité. "Nous le faisons, alors il faut le faire savoir !", note le dirigeant. Cette posture a fait mouche lors de la dernière édition des Rencontres Interrégionales de Sous-Traitance. Participant pour la 4^{ème} fois, l'entreprise a de nouveau transformé les contacts pris en commande ferme.

Piscine Week End

Créateur d'espaces détente!



Conception et création de piscines,
rénovation et accessoires...

Les abris de terrasse



Les concepts spa

Intégration parfaite en plein air!...



...L'abri de spa pour une détente prolongée



Consultez-nous pour l'élaboration de vos projets !

Z.A. Le Perelly - R.N. 6 - **RUY** - 04 74 28 49 33 - contact@piscineweekend.fr - www.piscineweekend.fr



Adresse : Boulevard Pré Pommier - 38300 Bourgoin-Jallieu
Contact : Albert Antoine
Activité : Fabrication de matériel d'élevage
Tél. : 04 74 93 33 34
E-mail : albert.antoine@ardes-france.com



ARDES Décollage réussi

L'entreprise de plasturgie Ardes, dirigée par Albert Antoine, produit annuellement entre 300 000 et 400 000 seringues pour animaux et plusieurs dizaines de millions de boucles d'identification destinées à la traçabilité des élevages. Une stratégie efficace tournée vers l'export a contribué au doublement du chiffre d'affaires depuis sa reprise il y a 5 ans.

"Si nous fabriquons pour le secteur agricole, nous sommes avant tout des plasturgistes", explique Albert Antoine. Implantée dans le Nord-Isère, l'entreprise profite des savoir-faire importants concentrés dans la région : 800 à 900 entreprises de plasturgie (sur les 1300 recensées en France) sont installées en Rhône-Alpes, d'ailleurs Plastic Valley à Oyonnax reste un bel exemple des compétences régionales. Plutôt qu'exacerber la concurrence (les champs d'application de la plasturgie sont suffisamment larges), la densité des entreprises favorise le partage d'expériences, la dynamique en Recherche & Développement, la sous-traitance et donc la performance globale du secteur. C'est en tout cas le raisonnement de cette PMI qui a choisi de miser sur l'international pour se développer.

Une offre globale

D'abord, pour accroître son chiffre d'affaires, Ardes a assorti la vente des boucles d'identification d'une offre de services et de conseils. **"Nous proposons à nos clients éleveurs ou vétérinaires un suivi et des outils de gestion qui simplifient leur activité"**, explique le dirigeant. Architecture informatique, administration de bases de données, système de marquage ou encore outils d'analyse viennent faciliter la traçabilité des élevages et

répondent aux besoins des clients. Ils apprécient aussi le fait d'avoir un interlocuteur unique, même quand Ardes fait appel à des prestataires. Séduit par cette approche, un pays ouest-africain vient par exemple de solliciter l'expertise de l'entreprise berjallienne pour mettre en place un système de traçabilité complet : Ardes intervient en AMO (assistance maîtrise d'ouvrage) pour un projet national qui ira jusqu'à la formation de l'ensemble des utilisateurs, la fourniture de l'infrastructure informatique et bien sûr les boucles plastiques nécessaires.

Conquérir les marchés émergents

Ardes a ainsi conclu de nombreuses affaires en se positionnant intelligemment sur les marchés émergents : **"en Europe, de gros faiseurs sont déjà en place sur des marchés saturés, il est plus judicieux d'être pionnier là où tout reste à faire"** confie Albert Antoine. Avec une activité marginale en France ou dans les grands pays occidentaux, l'entreprise se concentre sur l'Asie (un représentant est en cours de recrutement pour cette zone), l'Europe de l'est, l'Afrique et l'Amérique du Sud. En participant aux salons professionnels, en optimisant les réseaux de connaissances et en s'appuyant sur des struc-



tures d'accompagnement à l'export comme UBI-France ou ERAI (Entreprises Rhône-Alpes International), Ardes marque aujourd'hui les animaux d'élevage dans plus de 80 pays. Elle a vu son chiffre d'affaires export doubler en 5 ans lequel pèse 90 % du chiffre d'affaires total de l'entreprise. L'ambition reste de doubler l'activité tous les cinq ans. L'entreprise va prochainement renforcer tous ses outils de communication et de prospection, et notamment son site internet qui deviendra une véritable interface dynamique et opérationnelle entre l'entreprise et son environnement. L'objectif est de raccourcir les distances grâce à des outils modernes ; mais si la gestion commerciale peut ainsi être facilitée, rien ne remplacera les visites régulières sur place, et le dirigeant de conclure avec lucidité : "J'ai déjà dû faire plusieurs fois le tour du monde !".



Adresse : 30 avenue General Leclerc - 38200 Vienne
 Contact : Philippe Blanchard
 Activité : Conseil informatique / Création d'objet innovant
 Tél. : 04 74 85 20 09
 E-mail : henphy@free.fr



Henphy, le T-siège fait un carton !

Dirigeant de l'entreprise Henphy depuis 1996 (services informatiques), Philippe Blanchard démarre une nouvelle activité : inventif, ce touche-à-tout passionné vient de mettre au point un nouveau siège portable et utilisable dans tous les lieux de spectacle. C'est simple, c'est malin, et ça marche !

C'est un soir de juillet 2009, alors que le Festival Jazz à Vienne bat son plein, que l'idée lui vient. Assis depuis plusieurs heures sur les gradins du théâtre antique, il ne sait plus quelle posture prendre pour soulager son dos. Il s'interroge alors sur la possibilité de fabriquer un siège. "L'inconfort venait moins de la dureté des gradins que du manque d'appui pour le dos" explique le créateur. Il imagine alors un système léger, transportable, réutilisable et susceptible d'apporter un confort dorsal aux utilisateurs. Le festival Jazz à Vienne, en lien avec ViennAgglo, organisant régulièrement un appel à idées pour améliorer les différentes composantes de l'événement, Philippe Blanchard dépose un dossier. Et gagne le concours !

Pratique, confortable, solide

"Ce succès m'a encouragé et donné les moyens de développer le prototype", raconte l'inventeur. Car si l'idée est facilement descriptive, la mise en œuvre est moins évidente. En effet, le siège doit répondre à un certain nombre de caractéristiques pour être commercialisable. Confortable, solide, peu encombrant, acceptable dans les lieux publics, et bien sûr économique à fabriquer, l'équation n'est pas des plus simples.

Plusieurs prototypes ont été conçus : en bois, qui reste un matériau compétitif d'un point de vue financier mais s'avère assez lourd à transporter ; en mousse et en tissu, mais le process et les coûts induits se révèlent prohibitifs ; en plastique et gonflable, le modèle est très confortable mais son utilisation requiert un effort (le gonflage). Finalement, c'est le carton qui s'impose. Un matériau souple, maniable, suffisamment rigide pour remplir sa fonction et très économique. Le modèle a été testé pendant le Festival de Jazz de l'été 2013. Les 2500 exemplaires du T-siège distribués ont récolté un taux de satisfaction de 95% et des commentaires élogieux de la part des utilisateurs "cobayes". Aussi, début 2014 la commercialisation à grande échelle va pouvoir commencer, à la fois vers des entreprises et des collectivités.

"Nous visons principalement les organisateurs de rendez-vous publics", précise Philippe Blanchard. Les nombreux festivals et manifestations existants représentent un potentiel certain. Un site internet permet de visualiser le produit et de se rendre compte de sa praticité.

Pour atteindre également une cible de particuliers, un kit découverte de 5 T-sièges y est proposé pour un total d'environ 30 €.



Un nouveau support publicitaire

"Les possibilités d'impression offertes par le carton apportent un avantage supplémentaire", termine l'entrepreneur. Avec son T-siège, il crée en effet un nouveau support de communication et d'information pour des annonceurs publicitaires et des collectivités. Une marque peut ainsi en acheter une quantité donnée, les logotyper et les distribuer lors d'un spectacle. Les marketeurs anglo-saxons appellent cela le "waow factor" ! Ce produit innovant est proposé à un prix tout à fait accessible (2 à 3 euros, selon les volumes), avec un impact réel en termes de communication et un capital sympathie assuré. Une chose est sûre, voici un entrepreneur qui ne s'assoit pas sur ses lauriers !



Adresse : ZA de Malatrait - 38290 La Verpillière
Contact : Jean-Luc Allegre
Activité : Fabrication d'emballages plastiques
Tél. : 04 74 94 62 40
E-mail : jl.allegre@decomatic.fr

Décomatic Engagements sociétal et citoyen, des clés de performance

Sécialisée dans la fabrication de manchons d'étiquetage, la société Décomatic est engagée depuis 1996 dans le développement durable. Mais elle est aussi très investie sur la performance sociale, avec une politique de Ressources Humaines à l'avant-garde.

La loi de 2005 sur l'intégration de travailleurs handicapés a fixé le seuil d'employabilité à 6% sous peine de sanctions pour les entreprises, qui sont néanmoins encore nombreuses à ne pas la respecter.

Une démarche exemplaire

Pour Décomatic, basée à La Verpillière, le processus d'intégration était déjà en marche : depuis plusieurs années son PDG Jean-Luc Allègre a décidé d'aller au-delà des obligations réglementaires, en fixant le quota à 10 %. Dès 2009, il atteint son objectif et fait réaliser d'importants travaux bénéficiant, sur le montant total des 250 000 euros, d'une aide conséquente de l'AGEFIPH. Alors que peu d'entreprises sont engagées dans cette démarche, Décomatic est devenue une véritable référence avec un taux d'accessibilité passé de 12 à 88 %. "L'audit a été fait par des architectes spécialisés, témoigne Jean-Luc Allègre. *On a aménagé les salles de réunions pour les malentendants, posé des systèmes d'alerte devant les escaliers pour les malvoyants, découpé des portes et installé des ascenseurs spécifiques. Cela nous a permis d'avoir une réflexion sur ce qu'est une entreprise citoyenne*". Il a également été très attentif à l'intégration de ces personnels dans la structure, informant l'ensemble des salariés, veillant à

la qualité des relations humaines entre les diverses catégories de personnel. "On mesure également à quel point, non seulement nos clients, mais aussi nos prospects, y sont sensibles, poursuit le dirigeant. Cet aspect est très présent dans les appels d'offres et devient un gage de qualité supplémentaire pour l'entreprise choisie". La preuve qu'une démarche sociale a aussi des vertus en termes de business !

Une rapide prise de conscience

Jean-Luc Allègre a compris très tôt que le développement durable deviendrait un enjeu majeur. En 1996, Décomatic obtient la certification ISO 9001 pour la qualité et, deux ans plus tard, la certification ISO 14001 pour son système de gestion de l'environnement. L'entreprise obtient également le label "Imprim'vert". Un des engagements de cette démarche est l'élimination des produits toxiques ou cancérogènes. "Nous sommes très orientés qualité, affirme-t-il, du produit au service avec une réelle maîtrise des délais de production et de livraison. *Il me semble que nous avons aussi été précurseurs pour mesurer l'impact sur l'environnement des activités de l'entreprise*". Cette posture est également appliquée dans la politique de ressources humaines de l'entreprise. Décomatic investit beaucoup dans la formation, pour faire monter ses personnels en compétences (et au passage les fidéliser !) et ouvre ses portes à la jeunesse en accueillant des alternants, qui peuvent représenter jusqu'à 6% de l'effectif.

Aujourd'hui, Décomatic réalise un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros, dont un tiers à l'export, avec 106 salariés. Jean-Luc Allègre reconnaît que cette démarche de performance durable lui permet d'augmenter sa clientèle et qu'elle est totalement intégrée dans le quotidien de l'entreprise. "Nous menons une réflexion permanente sur ce sujet. D'ailleurs certains de nos cadres travaillent dans le Mouvement Qualité Rhône-Alpes. Ils participent à de nombreuses réunions avec la CCI Nord Isère. Il est essentiel de maintenir l'échange entre les entreprises et les experts."



Adresse : 19, avenue Henri Barbusse - 38300 Bourgoin-Jallieu
 Contact : Céline Poncet
 Activité : Commerce de détail spécialisé en produit biologique
 Tél. : 04 74 43 93 26
 E-mail : contact@bregosio.com

BIOCOOP Breg Osio

Une gestion "bio" d'un point de vente

Quatre cent mètres carrés de surface de vente, avec 100% de produits bio et garantis sans OGM : le commerce de détail Breg Osio pratique une distribution saine et durable.

En créant son magasin Breg Osio en mars 2011, cette ancienne enseignante était certaine de faire le bon choix. Passer du statut de fonctionnaire à celui de chef d'entreprise ne l'a pas effrayé, pas plus que l'important emprunt qu'elle a dû contracter (240 000 euros auprès d'une banque coopérative). "J'ai rejoint un réseau qui m'a d'emblée inspiré confiance, témoigne Céline Poncet. J'apprécie leurs produits, leurs valeurs et les principes sociaux qui le caractérisent. L'état d'esprit est très constructif, j'y ai rencontré des gens passionnants". Biocoop fonctionne selon les principes de l'économie sociale et solidaire, notamment **"un homme, une voix"**, avec en son sein des représentants de groupements de producteurs et de consommateurs.

Une chaîne respectueuse

"Candidate pour rejoindre ce réseau, j'ai défendu mon projet devant une commission qui s'est assurée de ma motivation. Fait appréciable, ils donnent leur chance à des gens qui ne sont pas du métier, souligne la gérante de Breg Osio. **En rejoignant Biocoop, on s'engage sur une charte et en retour, ils nous accompagnent pour la mise en œuvre de l'entreprise, avec des conseils et un réseau d'experts dédiés**". Céline Poncet avait déjà la fibre verte, consommatrice de produits biologiques locaux et ardente défenseur d'une certaine éthique.

Elle a choisi de baptiser son point de vente Breg Osio, en référence au nom de Bourgoin-Jallieu en celte-latin.

Ce supermarché référence en priorité des produits bio locaux, deux critères qui ne sont pas toujours réunis conjointement. **"Bio et local, c'est l'idéal, pour une agriculture durable"**, indique la gérante. **Nous nous approvisionnons en priorité auprès de producteurs biologiques locaux. Ensuite nous regardons notre catalogue Biocoop régional puis national**".

C'est aussi une enseigne qui garantit le 100% sans OGM, une condition vérifiée scrupuleusement auprès des fournisseurs. Pas de produits hors saison non plus, pas de fraise en novembre, ni de melon en avril : uniquement des produits de saison, car les sociétaires ont votés "non" aux serres chauffées.

Des valeurs sociales aussi

Breg Osio comptait 4 employés au départ et a depuis doublé son effectif. Son chiffre d'affaires a également bien progressé pour atteindre 1 million d'euros en juin 2013, conforme au business plan. Chez Biocoop les gérants sont indépendants et libres de leur choix de gestion, tout en respectant la charte Biocoop (340 magasins à ce jour). Celle-ci repose sur des critères écologiques et sociaux, comme l'utilisation d'énergies vertes (électricité Enercoop, économiseurs d'eau, tri des poubelles et compost, papier recyclé, encres végétales...) et des avantages sociaux pour les salariés.

Son engagement citoyen se matérialise à travers une politique RH ouverte aux jeunes générations à travers l'apprentissage. "Mon passé d'enseignante en BTS m'a fait comprendre la difficulté des étudiants à trouver des stages en entreprise. C'est pourquoi j'accueille régulièrement des stagiaires, des apprentis, notamment de la MFR de la Grive en Bac pro vente et de la CCI Nord Isère en BTS Management des Unités Commerciales, précise Céline Poncet. Je veille à bien les intégrer dans l'entreprise, d'ailleurs cela incite aussi mon équipe à se montrer exemplaire pour transmettre les bonnes pratiques au travail !" Enfin, la gérante est fière aussi de faire évoluer les mentalités sur la reconnaissance des femmes chefs d'entreprise, puisqu'on prouve que l'on peut réussir avec une dose de courage et une grande motivation !



Adresse : 5 rue Condorcet - 38093 Villefontaine
Contact : Lionel Ouedraogo
Activité : Etudiant Ecole de Gestion et de Commerce
Tél. : 04 74 95 24 00

EGC, Un stagiaire sans frontière

Lionel Ouedraogo est un étudiant entrepreneur. Il n'a pas hésité à partir 3 mois en Chine pour son stage de 2^{ème} année de l'EGC, et n'a pas hésité non plus à décrocher son téléphone pour appeler une centrale d'achat aussi importante que celle de l'enseigne Leclerc ! Un stage très réussi.

Les voyages forment la jeunesse, ils forment aussi les cadres de demain. Lionel Ouedraogo nourrit de solides ambitions à l'international. Il a d'ailleurs orienté tous ses stages en cherchant des missions à l'étranger, et s'est également donné les moyens d'apprendre des langues. En plus de ses études, il a travaillé dur pour apprendre l'italien, l'anglais et le chinois ainsi que l'arabe littéraire.

Tout pour voyager !

Partir en Chine pour 3 mois requiert un certain courage. Celui de se confronter à une nouvelle culture et à un environnement très différent. Mais bien entendu, Lionel Ouedraogo ne partait pas à l'aventure, il avait décroché un stage des plus sérieux. Il a en effet passé 3 mois (juin à août) chez JIAR Travelwares Co Ltd, une société basée à Ningbo, dans la province de Zhejiang. "C'est une ville portuaire et industrielle située à une centaine de kilomètres de Shanghai, explique le jeune homme. Le siège social de Jiar Travelwares compte une centaine de personnes, il est organisé en pôles par groupes de pays. J'étais intégré dans une équipe de 4 personnes chargées des relations avec les clients français". JIAR Travelware Co Ltd est une filiale de Ningbo Civi Import & Export Co Ltd, une grosse société chinoise de commerce international. L'entreprise qui a reçu Lionel Ouedraogo conçoit et

fabrique des accessoires de voyages, ce dont on a besoin pour le trajet ou ce que l'on trouve dans les avions : oreillers, masques, bouchons d'oreille, cadenas, trousse, kit de voyage, petits accessoires.... Sur le marché français, elle a des contrats avec des enseignes comme Auchan et Carrefour.

Foncer

Positionné comme assistant marketing pour son stage, l'étudiant de l'EGC a d'abord réalisé une étude de marché, contactant des agences spécialisées pour trouver des chiffres sur le marché français des accessoires de voyage. Son travail donnant satisfaction, il a ensuite été chargé de contacter des prospects. **"L'un de mes meilleurs souvenirs restera celui de mon appel à la centrale de Leclerc !** J'ai réussi à trouver le bon contact et il se trouve que la responsable d'achat de ce secteur est chinoise, cela a sans doute contribué à poursuivre la démarche. Celle-ci s'est finalement concrétisée, après la fin de mon stage, sur un partenariat portant sur deux catégories de produits : des cadenas et des étiquettes pour les valises", raconte Lionel Ouedraogo. Il a également travaillé en lien avec le service design et conception pour imaginer et concevoir des maquettes de produits. **"Evidemment, la manière de travailler n'est pas du tout similaire à la nôtre, j'ai apprécié la confiance que l'on m'a accordé même en étant simple stagiaire.** Loin des idées reçues, je me suis fait ma propre opinion sur le comportement professionnel des Chinois et cette expérience me servira pour l'avenir car je compte y retourner". Jiar Travelwares lui a payé son billet d'avion et son logement, et l'a gratifié de 2000 yuans par mois (environ 200 euros). Il est même revenu avec quelques euros en poche ! A son retour, Lionel Ouedraogo s'est aussi inscrit sous le statut d'auto-entrepreneur pour pouvoir enregistrer des revenus d'une activité complémentaire de négoce. Modeste, il ne dira pas qu'il a obtenu une note de 18/20 lors de sa soutenance de stage à la rentrée. Il a déjà les yeux rivés vers son prochain défi, son prochain voyage.



Adresse : 7 Boulevard Paccatianus - 38200 Vienne
 Contact : Jean Louis Achard
 Activité : Développement réseau gaz
 Tél. : 04 74 31 36 00
 E-mail : jean-louis.achard@grdf.fr



L'alternance chez GrDF, une valeur d'énergies !

L''accueil de jeunes issus de l'alternance et de l'apprentissage est l'un des axes forts de la politique de ressources humaines du groupe GrDF. Ils sont 13 jeunes sur l'antenne iséroise dont 6 nouveaux alternants intégrés cette année.

"Ils sont considérés comme des salariés de l'entreprise, annonce d'emblée Jean-Louis Achard, technico-commercial de l'agence de Vienne et tuteur de 2 étudiants en alternance. Bien entendu, ils sont toujours accompagnés par un salarié expérimenté, mais nous leur confions des missions à responsabilité et les impliquons totalement dans l'activité de l'agence". Une chance professionnelle pour ces jeunes, qui vivent au quotidien l'intégration dans la vie économique. En l'occurrence, Benjamin et Gladys, respectivement étudiants en alternance à la CCI Nord Isère et à la CCI de la Drôme, ont été intégrés à la rentrée 2012. Ils sont en 2^{ème} année de BTS Négociation et Relation Client.

Un encadrement de qualité

"Les alternants répondent aux demandes des clients de l'agence, notamment professionnels (publics et privés), précise Jean-Louis Achard. Ils établissent des devis, gèrent des bons de commande, leurs tâches comprennent un volet technique et un aspect commercial". Au titre de leur BTS, ils sont également missionnés pour monter un book qui servira à l'ensemble de la force de vente et comptera pour leur note d'examen final. **"Nous tenons à ce qu'ils réussissent sur les 2 tableaux, leurs études et leur mission professionnelle et nous nous efforçons de leur en donner les moyens"**, note Véronique Pinet, de la Direction territoriale Isère.

A ce titre, le rôle du tuteur est important. Jean-Louis Achard accompagne les 2 BTS : "Pour leur travail, ils

dépendent du chef des ventes, qui est leur manager. Pour ma part j'interviens en tant que conseil, je les accompagne dans leurs activités et cherche à les faire progresser, à se poser les bonnes questions et à développer leur autonomie". Satisfaction du côté des étudiants. **"Cette première expérience professionnelle nous sera très précieuse dans notre recherche d'emploi futur, elle nous arme pour faire valoir nos premières compétences sur le terrain"**, estime Benjamin. "Il faut arriver à concilier les études et la vie professionnelle, 3 jours en entreprise, 2 jours à l'école, c'est très prenant, mais je ne regrette pas cet investissement", observe Gladys.

Une politique globale

"En tant qu'entreprise de service public, nous défendons des valeurs autour de la solidarité et de l'engagement, qui s'illustrent à travers des actions comme ce soutien à la filière de l'apprentissage, commente Véronique Pinet. Le groupe GrDF assume ses responsabilités sociales et sociétales". Distributeur leader de Gaz naturel en Europe, GrDF emploie 12500 collaborateurs (dont 500 apprentis). Ses clients sont les particuliers, les professionnels et les collectivités locales. Ses missions portent sur la maintenance, l'exploitation et le développement du réseau de gaz naturel pour le compte des collectivités locales. La prescription et le conseil énergétique autour des usages du gaz naturel, tant vers les clients privés que publics sont aussi un volet important de l'activité de GrDF (usages traditionnels de chauffage, cuisson ou process industriels et, plus nouveaux, autour de la mobilité). GrDF entretient des partenariats en Recherche & Développement avec les différentes filières pour contribuer à l'amélioration des process de production d'énergie (chaudières à condensation, pompes à chaleur... et process industriels), dans une logique d'optimisation pour tous de l'usage du gaz naturel. "Nous avons une diversité de produits et de typologies de clients, et des enjeux à assumer notamment sur le plan énergétique pour relever le Grenelle de l'environnement. C'est pourquoi **l'alternance est une voie intéressante pour transmettre les connaissances et préparer les générations futures de salariés**", souligne Brigitte Thoureau, Directeur territorial Isère.



Adresse : 3 Avenue Marcelin Berthelot - 38200 Vienne
Contact : Antonio Conesa
Activité : commerce de pièces et d'accessoires pour automobiles
Tél. : 04 74 57 59 59
E-mail : guerre@celette.com



Celette France Un virage bien négocié

Leader mondial de la fabrication d'outillage spécifique de réparation automobile, l'entreprise Celette, dont le siège est à Vienne, a investi sur la formation et les compétences des salariés pour améliorer ses résultats.

Après le rachat de Celette en 2011, le défi de Bruno Guerre, son nouveau PDG, était de reconquérir la confiance des clients avec un nouveau projet visant la performance de l'entreprise.

Un management collaboratif et opérationnel

Tout d'abord, il a recentré l'activité sur 15 000 m² - et non plus 40 000 - pour regrouper les salariés des bureaux et des ateliers et entamer une refonte du management. "Quand une entreprise dépose le bilan, commente Bruno Guerre, le produit peut être en cause, mais on peut dire aussi que c'est en partie la responsabilité du management. Et pour renouer avec la rentabilité, il ne suffit pas de se contenter de réduire les charges, il faut aussi travailler sur l'encadrement".

Pour donner un nouvel élan à l'entreprise et rompre avec sa culture passée, il décide de mettre fin à un processus de décision pyramidale. Il instaure un management collaboratif et opérationnel en s'appuyant notamment sur un plan de formation. **"Même si la formation est dans le droit du travail, elle est souvent réservée aux cadres, note le dirigeant. Je l'ai confiée, non pas aux ressources humaines, mais à une personne responsable de la qualité en atelier.** On a défini les programmes en fonction des retours clients pour mieux répondre à leurs besoins et travailler sur la qualité".



La formation pour tous

En ayant recours, en particulier, aux modules proposés par la CCI Nord Isère et l'AFPI, l'entreprise Celette forme, par exemple, sur la métrologie pour le contrôle des équipements fabriqués ou sur la logistique pour la gestion des flux des commandes. L'apprentissage des langues est également développé comme l'utilisation approfondie de certains logiciels. Au total, depuis deux ans et demi, 500 jours de formation ont été dispensés de manière égale auprès des 100 salariés, soit deux jours par an et par personne. "L'objectif est que chacun améliore ses compétences, rappelle Bruno Guerre. Même s'il est difficile de mesurer les résultats, on voit bien que l'entreprise tourne mieux qu'avant et que les retours clients sont bons. L'état d'esprit a changé et le personnel considère que l'accès à la formation est plus équitable que par le passé. Il se sent impliqué dans l'amélioration de la qualité et voit son avenir en termes d'évolution".

Par ailleurs, afin d'optimiser son plan de formation, la direction a souhaité la mise en place d'un véritable dialogue avec les formateurs permettant de répondre efficacement aux attentes des salariés.

Une évolution en marche

Entre 2011 et 2013, le chiffre d'affaires de l'entreprise est passé de 12 à 14

millions d'euros. Elle a amélioré ses outils de production et travaille actuellement sur le développement de son réseau mondial de distributeurs et la performance de son bureau d'études. "A ce jour, dans le monde, on fabrique 250 à 300 modèles de voitures dont beaucoup ne roulent pas en Europe. Nous devons trouver des solutions innovantes pour suivre cette évolution, car notre position de leader vient du fait que nous fabriquons un outillage de réparation spécifique adapté à chaque voiture. Nos concurrents fabriquent des systèmes universels avec des risques d'erreurs très élevés. Nos produits sont plus précis, simples à utiliser et dix fois plus rapides. Nous sommes sur 100 modèles, l'objectif est d'être sur les 300 d'ici quatre ou cinq ans".



Adresse : 519 Rue Denis Papin - 38150 Salaise-sur-Sanne
 Contact : Alexandra Balloré
 Activité : Traitement de déchets
 Tél. : 04 74 86 10 83
 E-mail : a.ballore@tredi.groupe-seche.com



Trédi Groupe Séché Environnement La voie du multimodal

Séché Environnement est engagé dans un processus global de réduction des gaz à effet de serre. Une politique qui vaut aussi pour ses filiales, comme Trédi, qui y répond en développant notamment des solutions de transport multimodal.



Premier opérateur indépendant français, Séché Environnement est l'un des principaux acteurs du marché du traitement et du stockage de tous les types de déchets (hors radioactifs), qu'ils soient issus de l'industrie ou des collectivités locales. Sa filiale Trédi exploite en Rhône-Alpes deux sites dédiés au traitement thermique des déchets industriels dangereux. **"Le choix de l'implantation géographique de Trédi à Salaise, sur la Zone industrielle portuaire, avait intégré dès l'origine l'opportunité de mettre en place des circuits économiques courts et de développer le multimodal"**, précise Lionel Loré, directeur de Séché Transports. Cette filiale du groupe propose des solutions de transport adaptées à tous types de déchets, conditionnés ou en vrac, liquides ou solides. Elle applique d'ailleurs l'accord européen relatif au transport international de marchandises dangereuses par route, garantie que les opérations seront réalisées avec un haut niveau de sécurité.

Une nouvelle ligne rail-fleuve

Sur le site de Trédi Saint-Vulbas, qui a son propre embranchement rail, cela fait plus de 30 ans que le transport ferroviaire est utilisé pour certains déchets (entre 10 et 30 livraisons par an ces 5 dernières années). Dans l'Isère, le site de Trédi Salaise utilise depuis 2012 les services

du port fluvial de Vienne-Sud Salaise/Sablons, géré par la CCI Nord Isère, pour réceptionner des conteneurs de déchets.

Le 24 mai dernier a marqué une date importante dans ce partenariat, avec l'inauguration officielle d'une plateforme combinée de fret ferroviaire installée sur ce port. Elle

permet à Séché Transports d'optimiser sa politique multimodale : chargés dans des containers métalliques, les mâchefers (résidus solides résultant de l'incinération des déchets) étaient depuis 2009 transportés par route jusqu'à l'embranchement ferré du port Edouard Herriot de Lyon pour être acheminés vers son centre de stockage situé en Mayenne. Les

camions ne font aujourd'hui plus que 2 kilomètres pour rejoindre le port de Vienne-Sud Salaise/Sablons. Le train de containers rejoint ensuite la plate-forme multimodale, mayennaise de Longuefuye remise en service par Séché.

"Le développement des modes de transport non routiers fait partie des 4 engagements de la charte CO2 signée par Séché Transports", souligne Alexandra Balloré, chargée de communication de l'entreprise. En cohérence avec cette politique et pour réduire l'impact du transport routier dans les zones à forte densité de population, le Groupe utilise de plus en plus les plateformes multimodales existantes et développe aussi ses propres outils".

Les connexions du rail avec le fluvial représentent un axe majeur de développement de la multimodalité, notamment pour le Port de Vienne-Sud Salaise/Sablons, 2^{ème} port fluvial du Rhône. "Le multimodal attire un nombre croissant d'entreprises, c'est un projet intéressant, car il oblige à porter un nouveau regard sur ses flux de transports et à mener une réflexion approfondie, observe Lionel Loré. Le rail et le fleuve représentent une alternative intéressante sur les grandes distances et le sont d'autant plus que le coût du transport routier augmente". Quand l'économie se conjugue à l'écologie, c'est un pas de plus vers le progrès !



© Franck Papellard

Ecuries Michel Robert
Adresse : Fretignier 38460 Moras
Contact : Michel Robert
Activité : Vente de chevaux matériel hippique
Tél. : 04 74 90 91 43
E-mail : michel.robert36@wanadoo.fr



Michel Robert Ne jamais faire cavalier seul !

Après un parcours étincelant sur les pistes de saut d'obstacles, le cavalier nord-isérois Michel Robert vient de mettre un terme à sa carrière de sportif de haut niveau. Il conserve toutefois une activité économique dans sa propriété de 7 hectares.

L'histoire raconte qu'il a commencé à monter à l'âge de 4 ans. Son père était médecin et passionné de chevaux. Ayant obtenu son monitorat à 18 ans, Michel Robert a débuté sa carrière en concours complet, puis s'est spécialisé en saut d'obstacles.

En 45 ans de carrière, il affiche un palmarès éloquent avec de nombreuses récompenses. En 1982, à Dublin, il a été sacré champion du monde par équipe de saut d'obstacles. Aux Jeux Olympiques, toujours dans l'épreuve par équipe, Michel Robert a remporté deux médailles de bronze, à Séoul en 1988 et à Barcelone en 1992. A titre individuel, le cavalier français fut vice-champion d'Europe en 1993 et vice-champion du monde en 1994. Une vie de compétition, de séjours à l'étranger, de travail et de passion. "Je ne l'ai jamais regretté, malgré les contraintes et les sacrifices, note le professionnel. J'ai réussi au plus haut niveau, et toujours appliqué les valeurs que je considère fondamentales tant dans ma vie personnelle que professionnelle". Rigueur, engagement, patience, exigence, détermination.



© Stefano Secchi

Respecter les règles

L'équitation de saut d'obstacles est un sport hautement technique qui exige de la souplesse, de la sensibilité et de l'expérience. En concours, les chevaux doivent montrer des qualités athlétiques (force, adresse, souplesse, vitesse) et morales (courage, générosité). "Le cheval et son cavalier doivent se trouver en harmonie, précise Michel Robert. Le cavalier doit maîtriser de nombreux paramètres tels que l'impulsion, la vitesse, la trajectoire, le nombre et la longueur des foulées". Ces performances sont le résultat de l'expérience et du travail de dressage, auquel Michel Robert a consacré un nombre incalculable d'heures ! Il poursuit d'ailleurs aujourd'hui ces missions de préparation et d'éducation pour ses propres chevaux ou pour des clients. **"Comme dans le monde de l'entreprise, la formation est un facteur-clé de succès !"**, commente le chef d'entreprise. Il anime aussi des stages de saut d'obstacle, donne des cours, y compris sur supports vidéo à travers un site internet dédié, la Horse academy.

Respecter les autres

Installé non loin de l'aéroport de Saint-Exupéry, "une situation pratique pour les grands voyageurs !", Michel Robert a installé son écurie professionnelle privée, dotée de somptueuses installations sur un terrain tranquille de 7 hectares de prairies. Outre le travail de compétition, il pratique la vente de chevaux et également de sellerie. **"Les parallèles entre le sport et l'entreprise sont nombreux, commente le cavalier. Pour atteindre la performance, il faut connaître son domaine d'excellence, se fixer des objectifs et se donner les moyens de réussir."** La confiance en soi est importante. Sur la piste, il y a beaucoup de concurrents mais un seul vainqueur ! "Tout au long de sa carrière, il s'est évertué à respecter ses convictions et une hygiène de vie (alimentation saine, sophrologie, yoga...). "Les valeurs morales sont importantes. Tout comme j'ai toujours respecté mes chevaux et mes équipiers, le chef d'entreprise doit absolument respecter ses collaborateurs et ses clients", insiste t-il.



Matières singulières, pièces rares, prestations de très haut de gamme, le secteur du luxe est créateur de richesses en Rhône-Alpes. Il concerne des activités économiques souvent stratégiques, empreintes de discrétion, où la précision des gestes et l'exigence des services font la différence. Tour d'horizon de fleurons en région.

Le luxe brille aussi en Rhône-Alpes

Le marché mondial du luxe ne connaît pas la crise. En 2012, et après plusieurs années de hausses ininterrompues, il affiche encore une croissance de 10 %, pour atteindre 212 Mds€¹. La tendance, qui a profité de l'ouverture vers le haut de gamme de nombreux pays – Chine, Russie et Inde en tête –, devrait ralentir en 2013, mais rester positive. Berceau de 130 des 270 marques de prestige internationales, la France s'affiche comme un leader mondial sur ce marché. Une position qui génère plus de 170 000 emplois directs et indirects. Qualitative plus que quantitative, la filière s'appuie sur la valeur du "made in France" et signe le renouveau de plusieurs industries historiques.

Stratégique pour l'Hexagone, cette bonne santé du luxe gagne aussi les régions. Formés de sites de grands groupes ou encore de PME, pour certains sous-traitants et façonniers des fleurons du luxe international, les acteurs du luxe maillent le territoire. En Rhône-Alpes, leur présence se calque sur des

1- Source : Bain & Company.

savoir-faire d'excellence hérités d'une tradition qui rime souvent avec création et innovation. Comme le souligne Jean-Paul Mauduy, président de la CCI de région, "l'industrie et les métiers du luxe représentent pour Rhône-Alpes non seulement un secteur économique de poids, mais sont aussi l'expression d'un riche patrimoine culturel en quête constante d'innovation. Ils participent au rayonnement de la région et de la France à l'international et constituent une vitrine vivante de nos savoir-faire et de notre culture de l'excellence".

Le textile, matière à performance

Première région textile, Rhône-Alpes dénombre 685 établissements, majoritairement des PMI (90 % ont moins de 50 salariés), selon l'Observatoire 2013 de la CCI de région Rhône-Alpes. 40 % d'entre eux se positionnent sur les secteurs ameublement et décoration mais surtout mode et habillement haut de gamme et luxe, destinant principalement leur production aux grands noms de la haute couture nationale et internationale.

"Nous observons une tendance à la relocalisation de la fabrication sur ces segments et une forte logique d'exportation", note Isabelle Weiler, chargée de projet à Unitex, l'Union inter-entreprises textile Lyon. La Holding Textile Hermès, filiale du groupe aux célèbres carrés, figure comme l'un des acteurs majeurs, se déployant au travers de plusieurs sociétés et unités de production.

Chiffres clés

- En 2013, après plusieurs années de croissance à deux chiffres, l'expansion du marché mondial se stabilise à + 2 %, soit 217 Mds€¹.
- En valeur, la taille du marché devrait, entre 1995 et 2025, être multipliée par cinq².
- Environ 25 % du chiffre d'affaires du marché mondial sont réalisés par des marques françaises³. Trois des cinq plus grands groupes mondiaux du luxe sont français (LVMH, Kering, Hermès).

Sources : (1) Bain & Company, octobre 2013, (2) Bain & Company, mai 2013, (3) Comité Colbert.

Le Tanneur & Cie, retour aux sources et ouverture au monde

Le groupe de maroquinerie, né à Belley en 1898, et racheté en 2011 par Qatar Luxury Group, réalise 63 M€ de chiffre d'affaires, à parts égales entre ses fabrications pour les grandes maisons du luxe (370 emplois) et celles en marques propres (200 emplois), pour Le Tanneur, Soco et un cobranding Air France. La distribution s'appuie sur un réseau de 60 magasins, 400 détaillants multimarques et 45 corners en France et à l'étranger. "L'export (15 % de l'activité) peut encore progresser, d'où l'ambition de se développer à l'international, grâce à une structure sœur implantée au Qatar", explique Jean Clenet, directeur général du groupe. L'atelier historique de Belley (60 salariés) réalise les accessoires "made in France", parmi lesquels le célèbre porte-monnaie sans couture dont la production a été réinternalisée. Il bénéficie également du positionnement international du groupe en approvisionnant Qela, l'enseigne de son actionnaire. "Le premier magasin a été inauguré en septembre à Doha et le second ouvrira avenue Montaigne à Paris, début 2014. La croissance de cette production s'effectuera au fil des ouvertures et profitera à l'atelier de Belley", assure Jean Clenet.



AIN

© E. Tolwinski

La tradition soyeuse irrigue la région

Au sein de la filière, l'emblématique soierie illustre ce second souffle retrouvé grâce au marché du luxe. "Portée par la vague du fabriqué en France, elle connaît une belle croissance sur ces dix dernières années", précise Isabelle Weiler, également chargée de mission de l'association interprofessionnelle Intersoie. Une quarantaine d'entreprises représentent l'ensemble des métiers de la soie,

du moulinage à l'ennoblissement, et emploient 1 600 personnes. Pour Franck Lorton, codirigeant de Veraseta (26 employés, CA : 2,7 M€), tisseur et créateur de soieries de décoration implanté à Charlieu, dans la Loire, depuis quatre générations, "la montée en gamme du marché change notre modèle économique. Auparavant, nous réalisions une multitude de projets de moindre dimension, via le réseau de distribution tradi-

tionnel des tapissiers décorateurs. Aujourd'hui, nous menons de grands projets en partenariat direct avec des cabinets d'architecture d'intérieur". Ce qui vaut aujourd'hui à la société d'habiller les pièces de réception de Matignon, des châteaux de Compiègne, de Fontainebleau et des grandes cours européennes, ou encore d'avoir fourni les tissus des costumes du film *Marie-Antoinette*, de Sofia Coppola.

Denis & Fils : une stratégie tissée dans le luxe

Lorsqu'en 2008 il prend la direction de l'entreprise familiale de soierie basée à Montchal, Bruno Denis anticipe l'évolution du marché et choisit d'orienter sa stratégie commerciale vers le luxe, en créant un nouveau réseau d'acheteurs. "Principalement positionnés dans l'habillement et la lingerie-corseterie, nous fournissons aujourd'hui les plus belles maisons de haute couture", développe Bruno Denis qui souhaite rester discret sur les noms de ses clients. L'entreprise se place également sur des marchés de niche, ses matières servent par exemple à la confection de tenues traditionnelles en Inde et dans les pays du Moyen-Orient. Les performances de la stratégie adoptée sont à souligner. Le chiffre d'affaires connaît une progression de 25 à 30 % depuis deux ans, pour atteindre 9,2 M€, dont une part à l'international passée à 25 % en 2012. Mais les défis restent d'actualité. "Ce marché impose une remise en cause permanente, une flexibilité à toute épreuve et une nouvelle création chaque jour", insiste le dirigeant.



SAINT-ÉTIENNE

Les métiers du cuir se repositionnent

L'industrie du cuir (113 établissements, 3 439 emplois, selon la Mission ingénierie et prospective Rhône-Alpes, Mipra) s'est elle aussi profondément transformée. La maroquinerie de luxe représente désormais 64 % de ses effectifs. Forte de l'engouement mondial pour les accessoires haut de gamme, la France s'est stratégiquement positionnée sur le segment et se veut l'un des trois derniers pays européens de fabrication, avec l'Italie et l'Espagne. Les grandes marques

(Drôme), ou Le Tanneur, à Belley (Ain). Référence en matière de chaussures de luxe, le territoire de Romans Bourg-de-Péage compte encore des acteurs de renom, comme Robert Clergerie et Laure Bassal. Il bénéficie également, depuis 2010, d'une légère remontée des ventes et d'initiatives telles que la création et la gestion, par Romans-Bourg-de-Péage Expansion, d'une mission Cuir Chaussure visant à dynamiser la filière grâce à différents outils (incubateur de jeunes entreprises, plate-forme de proto-

Les pépites régionales de la bijouterie

Capitale historique de l'industrie du bijou, Lyon reste forte de références prestigieuses telles que Augis 1830, Charles Perroud ou Roure. Autre pôle d'importance : la Vallée du bijou, située sur les communautés de communes ardéchoises du Pays du Cheylard et des Boutières. GL Bijoux (495 salariés, CA : 72 M€), fondée en 1850, en est un acteur majeur. Premier fabricant de bijoux français, le groupe souhaite développer son activité de sous-traitance pour les grandes marques du luxe. "Aujourd'hui, 20 % du chiffre d'affaires sont réalisés sur ce marché. Notre ambition est d'atteindre 30 % d'ici cinq ans", précise Paul-Henri Cécillon, son président.

L'engouement mondial pour les accessoires haut de gamme profite à la région Rhône-Alpes

nationales sont présentes en Rhône-Alpes, comme Hermès qui emploie dans le secteur plus de 800 personnes en Savoie, dans le Rhône et l'Ain. La première pierre d'un nouveau site maroquinier du groupe vient en outre d'être posée aux Abrets, en Isère. Il devrait occuper à terme 280 salariés. Sont également présents la Société des ateliers Louis Vuitton, à Marsaz

typage mutualisée et technologique, association Romans Cuir lauréate de l'appel à projets Revalorisation et innovation dans les savoir-faire emblématiques du fabriqué en France, lancé par le ministère du Redressement productif, etc.). Il enregistre aussi un retour de créateurs, comme le lauréat du prix de la création chaussures Vincent Bottesi, qui a lancé sa marque en 2013.

Des débouchés pour les filières industrielles

Mais d'autres filières industrielles dépendent de la bonne santé du luxe. Si le parfum envoûte, le flacon procure aussi l'ivresse de l'achat. Ainsi, gravitent en Rhône-Alpes, première région pour l'emballage papier-carton et plastique (16,6 % et 15,6 % du chiffre d'affaires national, selon Xerfi), des entreprises

Cartonnages Bes : de l'importance de l'emballage

"Le packaging tient un rôle stratégique pour les marques, il déclenche l'acte d'achat", souligne Benoît Palayret, responsable administratif et financier de l'entreprise familiale implantée à Grignan depuis quatre générations. Si leurs premiers clients sont confiseurs – on doit au fondateur la borne renfermant le nougat de Montélimar –, les Cartonnages Bes (47 salariés, CA : 8 M€) destinent aujourd'hui leurs coffrets recouverts et étuis pliants à l'industrie du luxe. Parmi leurs références, le fabricant d'accessoires de prestige S.T. Dupont, les champagnes Mailly et le parfumeur Fragonard. "L'univers des cosmétiques, parfums et senteurs représente 70 % de l'activité", précise Benoît Palayret. De la recherche de solutions packagings, pensées au sein des bureaux d'études, à l'impression, en passant par la dorure et le façonnage, la stratégie de l'entreprise repose sur l'intégration de l'ensemble des métiers.





BEAUJOLAIS

Jean Boggio, maître des matières

L'artisan débute sa carrière comme joaillier-orfèvre, en 1980, à Lyon. Ses créations lui valent rapidement une reconnaissance internationale. Au-delà du bijou, son univers s'exprime dans le design d'objets jouant avec les matières (porcelaine, bronze, cristal, etc.). "Je travaille toujours sous mon nom, en m'associant à de grandes marques (Baccarat, Chopard, etc.). Mes dessins racontent, pour chacune, des histoires particulières", indique Jean Boggio. Le créateur a également développé une ligne pour la maison, commercialisée dans les capitales mondiales, et mène des projets de décoration intérieure pour des établissements prestigieux. "Cette activité représente la majeure partie de mon chiffre d'affaires (500 K€), dont 80 % sont réalisés à l'export, principalement avec le Moyen-Orient et la Russie", précise-t-il. Installé depuis 19 ans dans le Beaujolais où il collabore avec son épouse et une assistante, Jean Boggio souhaite ouvrir un atelier à Paris avec un partenaire chinois. Dans le sésail de la place Vendôme, l'artisan se garde un luxe, celui de choisir ses projets.

orientées vers le conditionnement haut de gamme. Coffrets, flacons, bouchons, films plastifiés, étiquettes, rubans, sacs, une large gamme de produits est ainsi dédiée aux produits de luxe. "Difficile de chiffrer le nombre de ces entreprises et leur impact économique, car la plupart ne produisent pas exclusivement pour ce secteur de niche, mais adaptent également leur savoir-faire aux marchés dits de masse. Pas moins de 22 entreprises

rhônalpines, soit 5,5 % du total des exposants, étaient toutefois présentes au Luxe Pack de Monaco, le salon référence de l'emballage des produits de luxe", précise Katia Gersen, déléguée générale de Rhône-Alpes Packaging, l'association des acteurs de la filière. L'entreprise oyonnaxienne MBF Plastiques illustre ce modèle. "Spécialisée dans la fabrication de bouchons de parfums et de cosmétiques, notre société réalise 60 % de son

activité sur le marché du luxe. Parmi nos références, des noms aussi célèbres que Bulgari, Guerlain ou Dior", souligne Jean-Michel Fouilland, directeur commercial.

Un label pour l'excellence

Le luxe irrigue ainsi tout le tissu entrepreneurial, au plus profond du territoire. Variées dans leurs domaines d'activité, certaines de ces structures s'identifient

Servizial : montée en gamme sur mesure



NORD-ISÈRE

"Une pièce unique peut nécessiter plusieurs mois de travail, la qualité demande du temps. Voilà l'essence même du luxe", note Christian Bec, directeur de Servizial. Fabriquant de mobilier roulant pour l'hôtellerie et la restauration, la société basée à Meyrié (5 salariés, CA : 600 000 €) a fait de la production sur mesure une signature. Des noms d'exception figurent parmi ses clients, comme la maison Ladurée ou deux palaces parisiens, le Crillon et le George V. "Pour ce dernier, nous avons spécialement conçu un chariot dédié au service de la vodka et nous sommes en négociation pour d'autres commandes avec le groupe international Four Seasons, propriétaire de l'établissement", commente Christian Bec. Décidée à faire évoluer de 30 à 50 % la part de son chiffre d'affaires réalisée sur le marché du luxe, l'entreprise veut mettre en avant ses références pour développer sa clientèle haut de gamme. Elle vise également un développement de ses exportations pour l'hôtellerie de luxe, principalement vers les pays du Golfe et Singapour.

par un précieux signe de reconnaissance : le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV), attribué par le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Il distingue des entreprises françaises aux savoir-faire d'excellence, parfois centenaires, qui participent au rayonnement patrimonial et économique dans les univers des arts de la table, de la gastronomie, de la culture et des loisirs, de la décoration, de la mode et de la beauté, des équipements professionnels, mais aussi du patrimoine bâti. Créé en 2006, le label est attribué à 1 010 structures dont 141 implantées en Rhône-Alpes, parmi lesquelles Veraset, la maison Lesdiguières-Barnier, GL Bijoux et Alain Roure. Principalement composées de PME (67 % emploient moins de 20 salariés), ces EPV représentent 4 600 salariés et 607 M€ de chiffre d'affaires cumulés.

Destination luxe

L'autre pan incontournable du secteur du luxe est sans conteste le tourisme. La restauration et l'hôtellerie haut de gamme connaissent une conjoncture exceptionnelle en Rhône-Alpes. Terre de gastronomie, la région compte ainsi de nombreux chefs, tels que Georges

Blanc, Paul Bocuse, Anne-Sophie Pic, Michel Troisgros et Emmanuel Renaut (Le Flocon de neige), récompensés par trois étoiles au guide Michelin. Autres étoiles, celles des établissements hôteliers dont la redistribution, en 2012, a été particulièrement favorable au territoire. Selon Rhône-Alpes Tourisme, le nombre d'hôtels 4 et 5 étoiles a bondi de 43 % en dix ans. Se plaçant juste derrière la capitale, l'offre régionale se compose de 46 hôtels 5 étoiles, soit presque 17 % de l'offre nationale. Ces établissements se

Les retombées plurielles d'une montée en gamme

Et ça marche ! Les établissements 4 et 5 étoiles affichent ainsi des records de fréquentation, soutenus par une clientèle étrangère historique (américaine, japonaise) et émergente (principalement chinoise, russe, indienne et brésilienne) qui représente 39,4 % des taux d'occupation. "Les analyses montrent qu'en station il est plus rentable d'investir dans un hôtel 4 ou 5 étoiles, à condition qu'il s'implante sur un site capable d'offrir un

La renommée des destinations rhônalpines prestigieuses a des retombées sur toute la région

concentrent principalement à Lyon, Val-d'Isère, Megève et Courchevel. La station star des Trois Vallées en totalise 19, dont deux palaces, Le Cheval Blanc et Les Airelles. Ils sont aujourd'hui 13 en France à s'enorgueillir du prestigieux label. À Lyon, l'ouverture, prévue en 2015, du futur 5 étoiles InterContinental de l'Hôtel-Dieu permettra de renforcer la capacité de la ville en hébergements de luxe.

niveau de prestations adéquat. Ce cercle vertueux repose sur une participation collective des promoteurs, des institutions et des commerçants", note Alexis Bongard, directeur de l'office de tourisme de La Clusaz. La station des Aravis illustre au niveau local ce phénomène et ses retombées. En quelques années, deux hôtels 4 étoiles, un hôtel spa 5 étoiles, des résidences et des chalets particuliers haut de gamme sont venus compléter l'offre

La ganterie Lesdiguières-Barnier donne un avenir à son savoir-faire

Seule héritière de six siècles de ganterie grenobloise, la maison Lesdiguières-Barnier (6 salariés, CA : 200 K€) perpétue

un savoir-faire unique. Meilleur Ouvrier de France, Jean Strazzeri incarne l'entreprise qu'il dirige depuis 1979. Après s'être confronté à la concurrence asiatique et italienne des années 90, il pallie aujourd'hui l'absence de formation. "L'enjeu n'est pas de se développer, mais de faire perdurer le métier. Je me bats pour la création d'une maison-école de la ganterie", insiste-t-il. Les gants en peau de chevreau Lesdiguières font référence. 2 500 à 3 500 pièces fabriquées annuellement sont distribuées dans des boutiques haut de gamme spécialisées. "Parmi elles, notre boutique à Grenoble, des adresses parisiennes prestigieuses, mais aussi des points de vente en Autriche, Allemagne, Suisse, aux États-Unis et au Japon, car 30 à 40 % de la production se destinent à l'export", note Jean Strazzeri. L'impératrice nipponne elle-même porte les créations de cette maison historique.



GRENoble

Maison Troisgros, savant mélange d'exigence et de performance

On ne présente plus la Maison Troisgros qui fête 45 ans de trois étoiles au Guide Michelin. Cette régularité, Michel Troisgros, troisième génération de chefs, l'attribue au sens du détail : "Un immense travail, des savoir-faire d'exception et une exigence constante se cachent en amont. Et au-delà même d'une cuisine, c'est tout un univers qui assoit une réputation." Éclectique, la clientèle se veut tant nationale qu'internationale. "Je l'ai vue changer. Face à une proposition plus contemporaine, elle s'est rajeunie", remarque Michel Troisgros qui cherche aussi à séduire une nouvelle clientèle en proposant une formule au moins de 35 ans. Également chefs d'entreprise, Michel Troisgros et son épouse Marie-Pierre n'ont pas été freinés dans leurs projets par le poids de l'héritage. Les ouvertures du Central, en 1996, et de La Colline du Colombier, en 2008, diversifient l'offre et allongent les séjours des clients sur le territoire roannais. L'ensemble de leurs établissements emploie 80 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 6,4 M€ (dont 46 salariés et 4,73 M€ de chiffre d'affaires pour la Maison Troisgros, triplement étoilée).



ROANNE LOIRE NORD

d'hébergement. "Sur la saison 2012-2013, alors que le marché global perdait 1,5 point de fréquentation, La Clusaz en gagnait 10, dont 8 points de clientèle étrangère qui représente aujourd'hui 18 à 20 % des visiteurs. Cette montée en gamme a permis à la station d'émerger sur le plan international", ajoute Alexis Bongard.

Les retombées économiques sont directes. Les établissements haut de gamme sont en effet fortement pour-

voyeurs d'emplois. "De 60 salariés pour 250 clients dans notre hôtel 4 étoiles, nous passons à un rapport de 85 employés pour 150 clients au sein de notre 5 étoiles", commente Olivier Pollet-Villard, codirigeant du groupe PVG. Fournisseurs, prestataires de services et commerces de luxe profitent aussi indirectement de cet essor. Plus globalement, l'image de marque de ces structures contribue à la renommée de tout un territoire. Pour se différencier des

destinations concurrentes et conquérir des parts sur les marchés émergents, Rhône-Alpes Tourisme met en avant l'art de vivre régional. L'organisme développe une offre luxe qui s'appuie sur la notoriété de ses grands chefs, dirigeants d'entreprises et d'établissements très haut de gamme. "Ces ambassadeurs accompagnent la région lors d'opérations promotionnelles organisées dans les pays visés commercialement", note Rachel Gregoris, responsable des marchés



HAUTE-SAVOIE

Groupe Pollet-Villard, de la première pierre aux 5 étoiles

1979 : Gaston Pollet-Villard, fondateur du groupe emblématique de La Clusaz, signe son premier permis de construire. 35 ans plus tard, il totalise, au sein de la station, plus de 1 000 logements, trois résidences de tourisme et quatre établissements hôteliers dont le Beauregard (4 étoiles), ouvert en 1992, et Au Cœur du Village Hôtel & Spa (5 étoiles), inauguré en 2011. Pour Olivier Pollet-Villard, qui codirige le groupe avec son père, "cette étoile supplémentaire est avant tout synonyme d'attentions particulières et de services complémentaires pour nos clients, grâce à un spa, un restaurant gastronomique, une conciergerie, etc." En août 2013, le groupe poursuit son expansion en faisant l'acquisition de l'Impérial Palace, fleuron de l'hôtellerie annécienne (4 étoiles, 180 salariés à l'année, CA : 14 M€). "Nous ne visons pas une cinquième étoile, mais à étoffer notre offre et nous développer sur la saison estivale", affirme Olivier Pollet-Villard. Jusqu'à présent, le groupe réalisait en période hivernale 60 % de son chiffre d'affaires (20,5 M€), avec 230 salariés.

Association de promotion des 3 Vallées : descentes de luxe au sommet

Plus grand domaine skiable du monde, les 3 Vallées regroupent huit stations (Courchevel, La Tania, Méribel, Brides-les-Bains, Les Menuires, Saint-Martin-de-Belleville, Val Thorens et Orelle). "Le domaine emploie plus de 18 000 personnes et génère près de 2 Mds d'euros de chiffres d'affaires, toutes activités touristiques confondues", précise Vincent Lalanne, directeur de l'Association de promotion des 3 Vallées. Implantée à Moûtiers, la structure (5 salariés, budget : 1,3 M€), gérée par des représentants des offices de tourisme et des exploitants de remontées mécaniques, définit la stratégie de la marque 3 Vallées. Après un renforcement de notoriété grâce à un positionnement numérique réussi, elle développe aujourd'hui une offre de prestige en partenariat avec Vail Resorts, propriétaire de célèbres stations américaines. "Nous cibons une clientèle haut de gamme en proposant, pour l'achat d'un forfait de ski saison dans l'un des deux domaines, cinq jours offerts dans l'autre. Nous profitons de la couverture marketing de notre partenaire pour nous placer comme marque de luxe à l'échelle planétaire", commente Vincent Lalanne.



SAVOIE

L'avenir du secteur du luxe se prépare aujourd'hui

Si elles diffèrent par la nature de leur savoir-faire, les entreprises du luxe en Rhône-Alpes partagent des enjeux communs. Pour conserver leur positionnement et rester compétitives, elles doivent réussir à allier tradition, innovation et création. "Toute la difficulté tient à ce renouvellement dans la continuité. Nous exerçons des métiers traditionnels qui doivent être force de propositions", complète Franck Lorton, codirigeant de Veraset. Le design et la technologie deviennent des composantes essentielles des métiers du luxe. Pour s'imposer sur un marché concurrentiel, les entreprises doivent rester pro-actives et proposer régulièrement des nouveautés (motifs, formes, techniques d'impression, matières, toucher, etc.).

Autre enjeu majeur, celui de la transmission des savoir-faire, clé de voûte d'une industrie à dimension patrimoniale. Leur disparition aurait un véritable impact économique, les qualifications des acteurs forgeant la qualité même du "made in France". La gastronomie représente un modèle en la matière, les grands chefs ayant pour point commun un passage au sein de maisons réputées. À l'inverse, faute d'apprentissages dédiés et d'un manque de connaissance chez les jeunes de certains métiers, des entreprises rencontrent des difficultés pour recruter. "Plus on tarde sur ce sujet et moins les professions auront de chance de survivre", assure Jean Strazzeri, directeur de la maison Lesdiguières-Barnier qui travaille à la création d'une maison-école de la ganterie avec le Centre technique du cuir. Cet organisme professionnel possède un centre de formation et établit des partenariats, notamment avec l'Institut textile et chimique de Lyon qui forme des ingénieurs Cuir Chaussure Maroquinerie aux compétences sans équivalent dans le monde. Des marques nationales, comme Hermès, s'impliquent aussi dans l'enseignement en intégrant leurs propres centres de formation.

Conscient de ces enjeux, le ministère du Redressement productif a réuni en avril 2013 le Comité stratégique de filière des industries de la mode et du luxe, rassemblant professionnels du secteur, pouvoirs publics et organisations syndicales autour d'un contrat de filière pour garantir et définir une vision commune de l'avenir du secteur.

lointains à Rhône-Alpes Tourisme. Dernier événement en date, un tournoi de golf disputé à Séoul en présence de représentants d'Annecy, Chamonix, Évian, Lyon, Megève, mais aussi de la chaîne Relais et Châteaux. Les médias étrangers sont également invités à tester les raffinements locaux et les tours-opérateurs internationaux ciblés. "Il est incontournable pour Rhône-Alpes, qui propose des destinations prestigieuses et connues mondialement, d'être présente sur le marché du tourisme de luxe, d'autant que ce positionnement rejaillit sur tous les autres segments", conclut Rachel Gregoris. ■ R. Broz

Ce dossier, réalisé pour la Chambre de commerce et d'industrie de région Rhône-Alpes, est diffusé par neuf CCI rhônalpines :

Grenoble, *Présences* (34 000 ex.), Haute-Savoie, *Impulsion* (32 000 ex.), Savoie, *Partenaires Savoie* (25 408 ex.), Ain, *Grand Angle 01* (22 000 ex.), Drôme, *L'Economie drômoise* (19 000 ex.), Nord-Isère, *Nord-Isère économie* (14 400 ex.), Roanne Loire Nord, *Roanne éco* (8 500 ex.), Beaujolais, *Entreprendre en Beaujolais* (6 000 ex.), Saint-Étienne Montbrison, www.saint-etienne.cci.fr.

Contact : *Présences*. Tél. : 04 76 28 28 76

Le dossier est consultable en ligne sur : www.rhone-alpes.cci.fr

Venez découvrir nos nouvelles agences

SALAISE- SUR-SANNE

5 rue Daniel Balavoine

BOURGOIN LA GRIVE

Parc de la Grive
1 rue des Castors

UN NOUVEAU CONCEPT INVENTÉ POUR VOUS !

- ▶ Une équipe de spécialistes
- ▶ Des espaces thématiques
- ▶ Des outils numériques en libre-service

L'Agence



SUD RHÔNE ALPES
BANQUE ET ASSURANCE